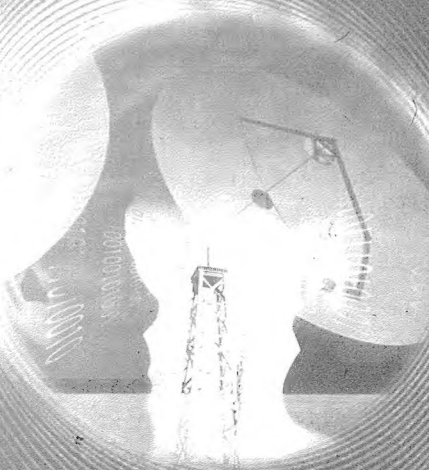


دكتورة شاهيناز طلعت

وسائل الإعلام

والتنمية الاجتماعية



مكتبة الأنجلو المصرية

وسائل الاعلام

والتنمية الاجتماعية

وسائل الاعلام

والتنمية الاجتماعية

دراسات نظرية مقارنة وميدانية
فى المجتمع الريفي

دكتورة

شاهيناز محمد طلعت

كلية الاعلام - جامعة القاهرة

الناشر

مكتبة الانجلو المصرية

١٦٥ شارع محمد فريد - القاهرة

أسم الكتاب: وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية

أسم المؤلف: د/ شاهيناز محمد طلعت

أسم الناشر: مكتبة الانجلو المصرية

أسم الطابع: مطبعة محمد عبد الكريم حسان

سنة الطبع: 2003

رقم الايداع: 2941

الترقيم الدولي: I-S-B-N 977-05-1342:3



« لَا يَكْلَفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ رَبَّنَا
لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إِكْرَامًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى
الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا وَاعْفِرْ لَنَا
وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ ».

صلى الله العظيم

إهداء

الى اسرتى التى غمرتني بعطفها وحنانها
امى واولادى وزوجى
الى عائلتى التى شملتني بأمنها وخيراتها
التى أنعم عليها بها الله عز وجل

مصر

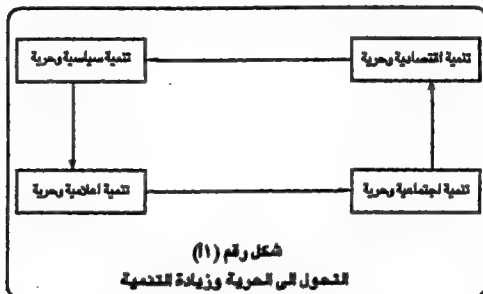
الى كل من يطلب ويسعى الى المعرفة
اهدى هذه الطبعة الجيدة عسى أن يجعل الله فيها
فائدة للعلم ومنفعة للدارس فيه.

مقدمة

الطبعة الثالثة

شهدت السنوات الأخيرة تطورات بل قفزات عالمية ، اقتصادية وسياسية واعلامية واجتماعية خطيرة غير متوقعة أو مسبوقة ، فالنشآت علي اختلاف أنواعها واحجامها وأهدافها ، بل والدول ، أصبحت تتصارع لكي تحصل علي نصيب معقول من حجم التجارة الدولية والمحلية (بيع محلي وخارجي ...) ولكن تظل في المنافسة ما امكن في السوق الاقتصادية الدولية وتحقق أقصى معدلات ارباح ممكنة . ولقد تحولت اهداف النظم الاقتصادية ، في الدول التي كان اقتصادها موجه ومقيد لحركة التجارة والانتاج ، وبخيره ، الى اقتصاد حر يفي النموذج سيطرة (دعه يعمل دعه يمر) ولقد واكب ذلك ان النظم السياسية تحولت في الأخرى إلى نظم حرة وتحللت القيود وتفتت الاغلال وظهرت في أواخر الثمانينات دول صغيرة كانت في زمن مضى جزء من دول كبرى وعظمى مهيمنة طاغية ، تغير شئونها بنفسها متبعة أقصى درجات الحرية السياسية والديمقراطية . وامتداد لهذا التدفق الهائل للحرية والتحول إليها ، من الانفلاق والقيود ، كان للإعلام أيضاً نصيب منه فظهر النظام الاعلامي الجديد اساسه أيضاً الحرية في تداول ونقل رسائل الاتصال على اختلاف مصابرها ووسائلها من الغرب الى الشرق ومن الشمال الى الجنوب . اغنف الى هذا ان اشكال المجتمعات وطبقاته قد تغيرت في الأخرى فازدادت رفاهيتها في بعض الدول (أو تقلصت في البعض الآخر) وازدادت احتياجات مواطنيها ومتطلباتهم مما دفع مرة أخرى الى الاتجاه نحو الاقتصاد لكي يمول ويساعد على

تلبية تلك الحاجات المتتوعة بزيادة استغلال الثروات المتاحة وزيادة معدل الناتج والنخل القومى واستخدام كافة الأساليب العلمية فى اداء وإدارة الاعمال سواء فى اختيار العامل والمدير الكفاء أو فى استخدام احسن المواد اللازمة للإنتاج واحسن استغلال لجميع عناصره (رأسمال - ارض - ثروات ...).



ويحتاج الناتج الزراعى مثله مثل أى ناتج آخر ، لخدمة ، الى تنمية وتحسين باستغلال العناصر الانتاجية المتاحة ، وتوفير ما يحتاجه لترتفع انتاجية الفدان وتصل الى المعدلات المعيارية العالمية . ولا تتم تلك التنمية لمعدل الانتاجية بحسب بل لابد ان يجرى معه تنمية الجودة وتحسينها للمستويات المالية ، وتمد الجودة مفتاحا رئيسيا من مفاتيح سوق السلع (إضافة الى السعر وحاجة السوق وقوة وجودة السلع المنافسة ..).

وكما زادت درجة جودة السلع الزراعية المنافسة كلما زاد العبء على رجال الزراعة (والصناعة) المنافسين لانتاج السلع المطلوبة بالجودة والكميات المحن ييمها لتحقيق أقصى ارباح . وتحقيق هذا الهدف فإن المستويين على ادارة وتنفيذ

هذا الانتاج يجب ان ان يعملوا ويستخدموا المعايير المتعارف عليها وفي هذا فهم يصنفون السلع الى تلك السلع التي تحقق من بيعها أقصى أرباح ممكنة وتلك التي تحقق أقل وهكذا ثم يقسمون انتاجهم على الفئة الأولى فيتخصصون فيها بدرجة اكبر . فالتحصيل اذن من قيد ومن حرية قليلة الى كاملة ومن انتاج متنوع الى متخصص ، حتى ان الدول ذاتها اتبعت ذلك المنهج فتخلت عن الأنشطة التي تمارسها ولتحقق لها أعلى المنافع ويأتى ملكيتها للقطاع الخاص ليتولى هو ذلك بما سمي بالخصخصة Privatization .

وترتيباً على ذلك اذا تبين ان انتاج المحصول الزراعى رقم ٢ فى جدول اولويات الانتاج ان يبعه بالكامل يحقق أقصى أرباح ممكنة وبدرجة اكبر من بيع المحصول رقم ٢ فى جدول اولويات الانتاج اصبح من اللازم زيادة رقعة الارض الزراعية المزروعة محصول رقم ٢ بالتوسع الرأسى ولامانع من زيادة للقبعة ايضاً بخلق مساحات أخرى جديدة وصالحة تماماً لزراعته ، كل هذا طالما ان هذه البيانات من كافة تلك المحاصيل ومعدلات انتاجها وبيعها . كانت دقيقة وسليمة والا كان القرار المشار اليه خاطئاً.

وبالمثل بالنسبة للانتاج الصناعى والبترولى وانتاج المناجم (وغيرها) وكلما امكن تحقيق هذا الهدف انتاج اجود السلع وبيعها وتحقيق منها أقصى أرباح ممكنة أى اصبح الانتاج مجابح حالاً (خاصة عالمياً) مع وجود مايلقى بمطالبات المواطنين حالياً (ومستقبلاً) كلما انعكس ذلك على زيادة الدخل القومى والفردى وارتفاع مستويات الرفاهية ، شرط ان تستمر المجلة فى الدوران بهذا المعيار دون معوقات : كتنقص الاموال وانخفاض درجة اداء وكفاءة العمال وانخفاض درجة جودة السلامة أو نقص الطلب عليها عالمياً واستمرار زيادة وتضخم اعداد السكان مع سوء ترتيب اولويات استهلاكهم بمايشكل عبئاً على النمو الاقتصادى والاجتماعى بل والاعلامى،

وهو ما يجب على مسئولى التخطيط القومي والتخطيط الزراعى مجابهته سواء بالنسبة للزيادة والتضخم فى اعداد السكان او بالنسبة لاحتياجاتهم الحقيقية ونمط استهلاكهم خاصة وأنه وكما جاء فى برنامج عمل المؤتمر الدولى للسكان والتنمية الذى انعقد فى مصر فى الفترة من ٥ - ١٣ سبتمبر ١٩٩٤ فإن معدل الزيادة السكانية فى العالم وكذا نمط استهلاك السكان فى العالم يشكلان عبئا كبير على الدول ، فقد ارتفع مؤخراً معدل الزيادة السكانية كثيراً ، فى خلال ١٣ سنة زاد السكان بليون نسمة فى حين زاد هذا المعدل فى العقدين الاخيرين الى حوالى ٩٠٪ اذ قصرت المدة التي يزيد فيها سكان العالم بليون نسمة الى ١٣ سنة فقط . والمتنظر حتى عام ١٩٩٨ ان تنخفض تلك المدة (أى يزيد معدل الزيادة السنوية للسكان) إلى ١١ عام . والمشكلة السكانية الثانية انه بالرغم من زيادة معدل استخدام وسائل منع الحمل فى الدول النامية الا انه مازال منخفضا عن المعدلات فى دول امريكا الشمالية (واوريا الغربية) اذ يبلغ على التالى ١٥٪ ، ٦٥ - ٨٠٪ والمشكلة الثالثة انه من المتوقع أن يشهد العقدين القادمين مزيدا من هجرة سكان الريف الى الحضر فى دول العالم ليصبح ٦٥٪ سكان حضر ، ٣٥٪ سكان ريف (بدلا من الوضع الحالى فى عام ١٩٩٤ وهو ٤٥ ، ٥٥٪ على التوالى) والمشكلة الرابعة ان بعض البلدان النامية تحدث فيها تحولات ديمغرافية سريعة جدا اذ يرتفع فيها معدل الخصوبة ارتقاها شديدا فحتاج إلى زيادة فى الموارد رغم ان مواردها محدودة وغير كافية ، وبسبب هذه المشكلات وغيرها فإن برنامج العمل المشار اليه ، يلزم المجتمع الدولى بتحقيق اهدافا كمية فى مجالات سكانية ثلاثة حيوية بغرض تحقيق التنمية وهى التعليم خاصة للإناث ، وخفض معدل ولفيات الرضع والاطفال والامهات ، وتوفير الفرصة للجميع للحصول على خدمات تنظيم الاسرة والصحة التناسلية ، ولهذا فإن هذا

(١) الأمم المتحدة - برنامج عمل المؤتمر الدولى للسكان والتنمية القاهرة ٥ - ١٣ سبتمبر ١٩٩٤ .

البرنامج وضع ، ضمن مبادئه الخمسة عشرة ، المبدأ الرابع وفيه « ان الاهداف والسياسات السكانية جزء لا يتجزأ من التنمية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي يمثل هدفها في تحسين مستويات المعيشة وتوعية الحياة لجميع الافراد ... بما يمثل للمعايير النواية لحقوق الانسان » والمبدأ الخامس « من اجل تحقيق التنمية المستدامة والإرتقاء بتوعية الحياة لجميع الشعوب ينبغي الحد من انماط الانتاج والاستهلاك غير المستدامة » والمبدأ السادس « تتعاون جميع الدول والشعوب في المهمة الاساسية المتمثلة في استئصال شاقة الفقر كشرط لا غنى عنه للتنمية المستدامة » والمبدأ الثامن « ان برنامج رعاية الصحة الجنسية والتناسلية بما في ذلك خدمات تنظيم الأسرة يجب أن توفر أوسع نطاق ممكن لحرية الاختيار » والمبدأ التاسع « تكليد ان الحق في التنمية حق عالمي وغير قابل للتصرف ويشكل جزءا لا يتجزأ من حقوق الانسان الاساسية وان الانسان هو الموضوع الرئيسي للتنمية » والمبدأ العاشر « الأسرة هي الوحدة الاساسية في المجتمع ويحق لها بصفتها تلك ان تحظى بالحماية والدعم الشاملين » والمبدأ الثالث عشر « ينبغي الدول ، عند النظر في الاحتياجات السكانية والانمائية للسكان الاصليين أن تعترف بهويتهم وثقافتهم ومصالحهم وتؤيدها وأن تمكنهم من المشاركة الكاملة في الحياة الاجتماعية والسياسية للبلد » والمبدأ الرابع عشر « يجب ان تكون التنمية الاقتصادية سليمة ومستدامة بيئيا ... وينبغي للبلدان الصناعية أن تواصل جهودها الرامية الى تعزيز النمو المطرد .. ولا سيما للبلدان النامية » .

وتحقيق التنمية سيظل دائما هدف الدول جميعا وهي تتخذ كافة السبل العلمية في اعداد سياساتها وبرامجها وخططها لاستمرار زيادة معدلاتها .. ولعل هناك اتفاق تام بين المتخصصين على ان عصب التنمية الزراعية (والصناعية) .

(١) الامم المتحدة . سبتمبر ١٩٩٤ . المرجع السابق ، ص ٩ .

إضافة الى الانسان ، هو السلعة (كمنتج تام أو كخامة قبل مراحل التشغيل أو التنمية عليها ثم كمنتج يجب ان يباع بعد اخذ الاحتياطي اللازم منه للتحزين).

وتحسين درجة جودة السلع الزراعية وزيادة معدلات انتاجها المباع فإن الامر يقتضى اجراء دراسات مستمرة ومستفيضة على نوعيات البذور ودرجة جودتها وتحسين التربة ومجابهة ظروف الطقس والتقلبات الجوية وزيادة ناتج الارض ورفع معدل استخدام وسائل الاعلام لنشر المعلومات والافكار المستحدثة وايضاً استخداما مع الاتصال المباشر لزيادة معدلات القناع وتبنى المزارعين هذه الافكار.

وبالرغم من ان البحث فى المشكلات الزراعية ، وتنمية الناتج الزراعى بصفة عامة ، اهمية كبيرة فإنه لم يحظ بعد بالاهتمام الكافى من المسئولين من معالجة تلك المشكلات وتنمية الناتج الزراعى وايضاً من المتخصصين فى الدول النامية (والاول نمواً) . ذلك ان المفكرين والمتخصصين فى هذا المجال وايضاً القائمين على تنفيذ المشروعات الزراعية مازالوا يختلفون على درجة اهمية تلك البحوث واهدافها ونطاقها وتوقيت اجرائها ومناهجها والعوامل التى تتحكم فى كل ذلك ، فمعهم من يرى ان تكلفة اجراء البحث (ثم تكلفة تنفيذ نتائجه) تعتبر هى العامل المتحكم فى القيام بالبحث من عدمه وذلك بغض النظر عن الفوائد التى تجنيها الجهة التى يجرى البحث من اجلها ، فكلما زادت تكلفة البحث كلما قلت احتمالات اجرائه . وقد ترتبت على ذلك وعلى ارتفاع تكاليف اجراء البحوث (والعمل بتتائجها) ان اصبح عند البحوث التى يتم اجرائها فى بعض الدول النامية محدود للغاية ويقل كثيراً عما يجب اجرائه فيها بالاشارة الى المشكلات والمخاطر القائمة فى تلك الدول . ويرى آخرون ان تتم دراسة هذين المتغيرين (التكلفة وعائد البحوث) بشكل اكثر موضوعية وعدالة فالعائد من تنفيذ نتائج بعض البحوث - طالما كانت تلك النتائج فعالة - حالياً أو

مستقبلا قد تفوق ، ان تم حسابها بدقة ، تكاليف اجراء ، وتنفيذ نتائج تلك البحوث ، وايسر الفوائد مادية فحسب بل قد تكون ايضا اجتماعية ، أو بصفة عامة اومية .

ولمى رأى ان البحث طالما كان ضروريا وسيتم حل مشكلة أو مشكلات جوهرية خاصة ان كانت قومية مستعصية فإن تكلفته قد تلقى فى مرتبة تالية بعد فوائده ، ومن الصعب استبعاد البحث وعدم القيام به رغم أن المتوقع انه سيتم حل مشكلات حيوية كالمشكلات التى تواجه التنمية الزراعية . ومن الاساليب التى يجب اتباعها فى هذا الصدد ان يدرس مشروع البحث جيدا ويتم تخفيض تأثير التكلفة .

ويرى روجرز^(١) ان تحقيق اهداف البرامج ، باعتباره فائده من الفوائد التى تتحقق من تنفيذ نتائج البحوث ، يعد اهم بكثير من تكلفة القيام بتلك البحوث .

ومن المعروف ان معظم الدول الصناعية ، والمتقدمة بصفة عامة ، ترصد بلايين الدولارات فى ميزانياتها سنويا لاجمال البحوث فى المجالات الصحية والطبية والزيفية ، والافشاء ، وغيرها ، التى تستمر لسنوات دون ان تصل الى نتائج فعالة وتحقق الاهداف المرجوه فيظل العمل مستمرا ، ويصر الباحثون على المزيد من الاموال لاستمرار اعمالهم . والجنير بالاشارة ان رأى العام الأمريكى ثار فى الثمانينات عندما أصيب احد نجوم السينما بمرض «الايدز» ووجه المفكرين والكتاب وغيرهم ، على صفحات الصحف والمجلات وفى وسائل الاعلام الالكترونية وغيرها ، نقدا شديدا للحكومة لعدم توفيرها الاموال اللازمة ، اضافة لما وفرته فعلا ولم يأت بنتيجة ، لاكتشاف الدواء لعلاج ذلك الداء . وكان رأى الغالبية زيادة الدعم لهذا النوع من البحوث والمماثل له .

(1) Everett Rogers : Communication Strategies For Family Planning New York, The Free Press, 1973 p. 367

والقيام بالبحث من اجل رفع معدلات التنمية الريفية ، خاصة في الدول النامية امر ضرورى ولا بد منه باستمرار . وكما توصل اليه البحث الى علاج او اقتراب من علاج ، للمشكلة بدأ من جديد اما التنمية ومساائل العلاج هذه لم يبدؤ في دراسة مشكلة أخرى وإيجاد الحلول لها (حسب الاحوال).

ويمر البحث عن التنمية الريفية عادة في عدة مراحل ،

• مشكلة أو موضوع أو حاجة زراعية تطلب الجهة المختصة أو الباحث علاجها أو تلبيتها .

• اعداد الخبراء والمتخصصين لمشروع البحث (واضح به الاهداف والفوائد المرجوة).

• موافقة الجهة الممولة على اجرائه .

• وضع الخبراء خطة البحث وموضوع التنفيذ (على مراحل) .

• البدء في تنفيذ المراحل الأولية مع متابعة الخبراء للتنفيذ وضبطه .

• اتمام جميع المراحل بمراجعة الخبراء والمتخصصين .

• تحقيق نتائج مفيدة - هدف لولى .

• بدء تنفيذ تلك النتائج - هدف نهائى .

وقد تكون الفوائد المتوقعة جنبها فوائد عامة (قومية) أو فوائد خاصة (بالجهة التي تتولى البحث فحسب) أو تكون الفوائد قومية وخاصة معاً .

ولأن البحث يجب أن يكون عملية مستمرة (لمتابعة ما يتم وتحسين النتائج أو تطويرها أو علاج مشكلات جديدة ..) ولأن التكلفة مازالت ، ومستغل عقبة كئيد في سبيل القيام بالبحث ، فإنه ينبغي على الباحثين والخبراء جدولة المشكلات والحاجات بحيث تتضمن القائمة المشكلة أو الحاجة الأهم والأكثر حيوية فالأقل . إذن فمسألة الاستمرارية في القيام بالبحوث لاتصلي بالضرورة أن بعض العلاجات التي أجريت البحوث من أجلها قد تمت تثبيتها . وقد تكون تلك التلبية بالكامل أحيانا ولكن مازالت هناك أمور مطقة كما قد تكون التلبية جزئية . ورغم أن الحاجة قد تمت تثبيتها فالبحث سيظل مستمرا ، فيكتشف الطماء الدواء لعلاج ألياء ، لكن :

١- قد يرى العلماء أن العلاج لن يكون ١٠٠٪ بل اقل فيستمر البحث لكي
نصل الى ١٠٠٪ .

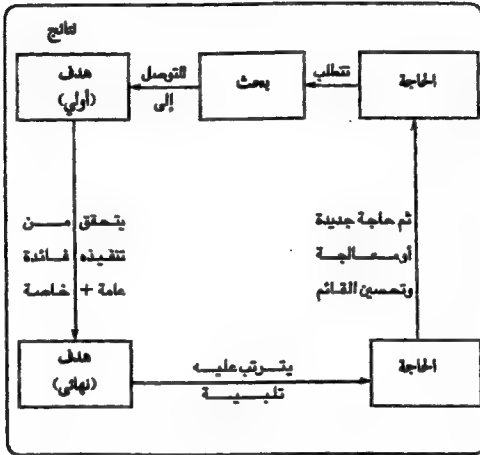
٢- لو قد لاتكون نسبة الـ ١٠٠٪ معروفة الا عند التنفيذ وبده العلاج ، فيستمر
البحث .

٣- لو قد يكتشف بعد سنوات أن الدواء يسبب لمرأضا جانبية سيئة ،
فيستمر البحث .

٤- لو قد يكتشف مصانفة أن دواء آخر يعالج ذلك الداء فيستمر البحث ...
وهكذا .

وبالمثل البحث لرفع معدلات التنمية الريفية : علاج مشكلات القرية / نوعية
البذور / زيادة الناتج الزراعي باستخدام الميكنة الحديثة / مقابلة عوامل التعرية
والطقس . استخدام نظام الصويات / أو الري بالتنقيط أو بالغمير ...

شكل رقم (١-ب)
البحث عن التنمية الريفيه عملية مستمرة



إذا فالحاجة مستمرة . وقد يكون أهم الحاجات الزراعية هو القضاء على معوقات التنمية الزراعية ، والحاجة الخاصة تختلف درجة أهميتها بين شخص وآخر في حين أن الحاجة القومية تهم عادة جميع المواطنين .

ومن اختلاف أهمية ولوازم البحوث يقول « واين واتر »^(١) أن علماء الاجتماع حينما يمارون استخدام البحث على موضوعات أو مجالات هامة وضرورية فإنه يجب

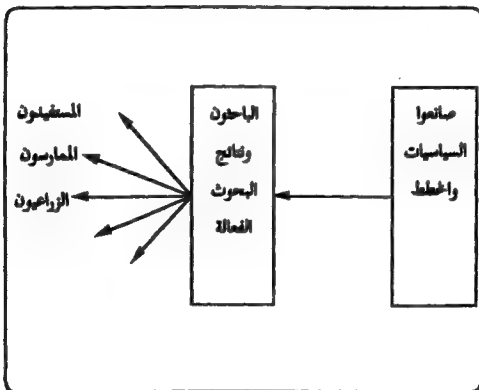
(1) Lee Rainwater : Family Design : Marital Sexuality , Family Size , and Family Planning . Chicago , Aldine , 1965 , pp. 18 - 19 .

ان يكون مطروحا لهم ، ان من شأن تلك البحوث ان تعود بالفائدة (عند العمل بنتائجها
المؤكد فائدتها) على هذه العلوم الاجتماعية .

ويمكن القول وببساطة ان بحوث الاتصال من اجل زيادة معدلات التنمية
الريفية (والعمل بنتائج تلك البحوث طالما كانت مفيدة) هي مرحلة هامة من مراحل
عمليات الاتصال للتنمية وهي تقع في المرحلة بين مرحلة صنع سياسات وخطط
التنمية وبين مرحلة الاستفادة (مرحلة الممارسة : من مزارعين وغيرهم)

شكل رقم (٢)

عملية البحث لزيادة معدلات التنمية الريفية
وصانعو السياسات والمستفيدين



ويتفق « سمرلاند » معنا اذ يقول ان بحوث الاتصال هي الحلقة بين جمهور المتعرضين لوسائل الاعلام وبين المستويين عن برامج الاعلام (١).

ونظراً لأهمية البحوث وحاجتنا القومية المستمرة الخاصة اليها ، بالمفهوم السابق ، فقد افردنا لها فصلاً جديدا بهذه الطبعة ، كما اضفنا ايضاً موضوعات اخرى جديدة مثل قيادة الرأي في الريف المصرى ، والتأثير في نظريات الاعلام ، ودرج الاتصال في المشكلة السكانية ، والاتصال المحظور ونأمل ان تكون في تلك الطبعة اضافة جديدة للعلم والدارسين .

المؤلفة

(1) Lloyd Sommerland " Journalism Training for a Modern World " in UNESCO , Professional Training for Mass Communication ; Reports and Papers on Mass Communication No. 45 , Paris, 1965 pp. 9 - 10.

مقدمة

الطبعة الثانية

تبين الطبعة الأولى لهذا الكتاب الأهمية الكبيرة التي توليها كل دولة من دول العالم ، اليوم للتنمية وعلى الأخص للتنمية الريفية والتنمية الاجتماعية وهو الأمر الذي لاخلاف عليه ، ولكي تتم تنمية الريف يجب ان تؤخذ - الى جانب الدراسات علي الفلاح وعلى القوة البشرية بصفة عامة في الريف - بعض المتغيرات الهامة بعين الاعتبار ، مثل المصدر الرئيسي للنتائج الزراعي الذي هو أساسا مجال عمل الفلاح ، أي الأرض الزراعية . ومن المتفق عليه ، ان كل دولة في العالم المتقدمة بصفة خاصة ، لاكتشف وسعا لاجراء دراسات مستمرة على اراضيها الزراعية ذلك المصدر الحيوي الضروري والذي يمثل احد عوامل الانتاج الزراعي التي لا غنى عنها .

ورغم ان الأرض الزراعية ذاتها تخرج عن نطاق الدراسة بهذا الكتاب الا انه لاهميتها القصوى ، ووفقا لما سيتضح حالا ، كان من اللازم الإشارة اليها والى نتائجها في هذه الطبعة بشكل عابر وبعبارة مألوفة.

والاهتمام بالزراعة وتنميتها لم يكن وايد حاجة حالية تتطلب زيادة الناتج الزراعي فحسب ، بل انه امر لاقتصادته . ويتقضي ، الطبيعة البشرية التي فطر الله الانسان عليها . كما تقتضيه ايضا طبيعة سائر المخلوقات التي تشارك الانسان الحياة على الأرض . فلا حياة بدون غذا (وقد يفهم ان مشاركة هذه المخلوقات للانسان في الحياة تعني انها جاءت لتزاحمه العيش في حين قد يكون العكس هو الصحيح أي ان الانسان هو الذي جاء بعدما ايزاحمها فيه ، ذلك أن التفكير الملى في بدء الخلق ينفي أن الله يخلق مسبل العيش ومسائله أولا ثم يخلق بعد ذلك من يتعيش علي تلك السبل فلأن الحيوان لا بد له ، حتى يعيش ، من النبات ومن الحيوان

ايضاً كخذاء فالذى يفهم ان الثبات جاء الى الكون قبله او فى وقت معاصر تقريبا ،
ولأن الانسان يتقذى على الثبات وعلى الحيوان وله منافع فيهما فقد خلقهما الله له
اولا . ولوحده العكس ما عاش الانسان او الحيوان قبله والله اعلم).

ومن الطبيعى إذن أن يسعى الانسان فى كل زمان ومكان إلى المحافظة على
غذائه، وإلى توفيره وتأمينه بالقدر الكافى، وفى الوقت المناسب. وليس المقصود بهذا
السمى أن يتم من أجل توفير ثمن أو قيمة الغذاء فحسب وإنما يجب أن يكون ذلك
السمى أيضاً من أجل المحافظة على المصدر الاصلى للغذاء وهو الارض الزراعية
وان تكون تلك المحافظة بشكل دائم ومستمر. ولذلك فإن الانسان، كفرد، وال دولة،
ككيان سيادى ومعنوى مستقل، يسميان دائماً بتحسين الزراعة وتنمية ناتج الارض
الزراعية (نعمة من نعم الله.. وإن تعدوا نعمه الله لا تحصوها). وهذا الامر يدخل
كمطلب أساسى يجب تحقيقه، ضمن الهدف المستمر وهو «زيادة التنمية الريفية
دائماً».

إذن فالملاقات التبادلية بين الانسان والثبات هى عملية مستمرة وأبدية طالما
يريد الله لها ذلك - بدأت منذ أول الحياة بالثبات والغذاء وتستمر، بإرادة الله، فى
بورة متصلة كلها نفع للانسان أولاً ثم غيره من المخلوقات (والكثير منها مسخر
لنفعه).

أى أن

ناتج الارض الزراعية الصالحة = حياة المخلوقات

(بمطية الله)

والتخطيط العلمى السليم هو السبيل الرئيسى للمحافظة على هذه النعم (١).

(١) يتعلل الإنسان كيف أن الله سبحانه وتعالى قد وهب أحسن دابة على الأرض وهى
والنملة نعمة التخطيط وكيف أنها تفتن نفسها واجملعتها ما تقتات به كل فترة من الزمن

ولا بد للامسان إذن الا يذخر جهدا في سبيل ذلك وفي سبيل توفير عوامل الانتاج الزراعي الاساسية وعلى الاخص رؤوس الاموال الكافية لجلب وتشغيل القوة البشرية الخبيرة والمهرة والماهرة وكذلك التكنولوجيا الحديثة (زيادة الانتاج ومقاومة الآفات) والمواد، إلى جانب توفير الموارد الطبيعي الحيوى وهو مياة الري بالكميات اللازمة وفي الأوقات المناسبة. وليس المطلوب هو مجرد الحصول على هذه العوامل الاساسية بالقدر اللازم وفي الوقت المناسب فحسب بل لابد، قدر الامكان، من ضمان وتأمين الحصول عليها، أى لابد من الاستمرارية في الحصول عليها، وأن يتكئ ذلك إلا باتباع الأسلوب العلمى في التنمية الريفية والاجتماعية تخطيطاً وتنفيذاً ومتابعة . أما ترك الأسلوب العلمى وعدم اتباعه فإن ذلك من شأنه أن يقضى إلى عواقب وخيمة واضرار بالغة. والأمثلة في هذا السند كثيرة ومن أهمها ما عاصرته شعوب العالم، وشعر بها بعضها في عامى ١٩٨٥، ١٩٨٦، مما اطلق عليه المجاعة القاتلة التي اكتسحت بعض الدول الأفريقية وما زالت، والتي راح ضحيتها عدة ملايين من البشر اكثرهم من الأطفال الايريا، نتيجة للجفاف الذى حل بهذه الدول وجعل من اراضيها الزراعية صحراء يابسة جرداء بلا حياة ولا ماء. هذا في الوقت الذى تتمتع فيه بعض تلك الدول التى حلت بها هذه الكوارث بمصادر طبيعية للمياه (أنهار وأبار) كاثيوبيا والسودان، بما يقطع بأن المجاعة التى أصابتها والكوارث التى حلت بها لم تكن وليدة اخطاء السامة وإنما هى وليدة اخطاء تراكمت من سنوات طويلة قد ينحصر معظمها في ضعف، أو في الافتقار إلى، التخطيط السليم والتنفيذ والمتابعة، وفي عدم التركيز على جلب رؤوس الاموال إليها، وفي عدم معاونة الدول الفنية لهذه الفقيرة من أجل توفير الوسائل الكفيلة باستمرارية رى الأرض وتمييتها حتى ان خفت الامطار أو انصمت لا يحل بها الجفاف المميت هذا ولا تصحيح الأرض الصالحة جرداً ولا يجرى - كخطوة سببية - الموت لها.

ونحن في مصر نسمجد في كل لحظة، لله شكراً وحمداً على رحمته الواسعة بنا، إذ حمائنا شر هذه المجاعة القاتلة وعواقبها المنيرة فلم يجعل هذا الجفاف المميت يتعدى حدود السودان الشقيق إلينا. وفي ذلك فقد اشاد بعض خبرائنا بفضل السد العالي وخزونه من الماء.

ولأن الماء هو حياة الأرض كما هو حياة كل المخلوقات (وجعلنا من الماء كل شيء حي...) فالأمر يقتضى إحاطته دائماً بالدراسات العلمية بما يضمن المحافظة عليه قدر الامكان وتأمينه قدر الاستطاعة وهو ما يساعد مباشرة على تحقيق التنمية الزراعية ثم التنمية الريفية (والاجتماعية).

وقد بينت الطبعة الأولى، لهذا الكتاب، استناداً إلى الاحصاءات التي اتاحت في منتصف السبعينات، أن القطاع الزراعي ساهم في الناتج القومي لمصر، في عام ١٩٧٦ بما قيمته حوالي الخمس، في حين ساهم القطاع الصناعي بحوالي الثلث. ولأن هناك عدة قطاعات تشترك في تحقيق الباقي من الناتج القومي، فيمكن القول بأن معدل مساهمة القطاع الزراعي (وحده) المشار إليه معدل لا بأس به، وقد يدل على أن الموارد الطبيعية والامكانيات المتاحة قد تم استغلالها في التنمية الزراعية، ومن ثم في التنمية الريفية، بمعدلات مقبولة.

ونظراً لأن تحقيق التنمية الريفية، وزيادة معدلاتها، يعتبر هدفاً أساسياً للدراسة، بهذا الكتاب، فقد كان من الضروري أن تتعرض الطبعة الثانية، هذه لتطور معدلات الناتج الزراعي ومدى مساهمته في الناتج القومي لمصر بعد حوالي ٦ سنوات سنة ١٩٨٢ (وهي آخر سنة نشرت عنها احصاءات مصرية رسمية وبقيقة). وفي هذا فقد تبين^(١) أن معدل المساهمة المذكور قد انخفض إلى النصف من النسب (محسوبا على أساس القيمة) بدلا من أن يرتفع وهو امر خطير (لا يضعف من خطوريته القول بأن معدلات مساهمات لنشلة وقطاعات أخرى في الناتج القومي قد زادت عن المعتاد، في حين ظل الناتج الزراعي على ما هو عليه لتتوقف خارجة).

(١) تعد معظم هذه الاحصاءات بالقيمة. ومن الصعب، إن لم يكن من المستحيل، حساب الناتج القومي بالكمية في وجود أكثر من وحدة لقياسها. فوحدات القياس الكمي للسلع المهمة أو المتطورة تختلف عن وحدات القياس الكمي للخدمات. كما تختلف وحدة القياس الكمي بين سلعة صناعية وأخرى تجارية بل بين صناعية وأخرى صناعية أيضا.

وتزداد هذه الخطورة إلى درجة مخيفة إن اضمحلت إلى مسألة انخفاض هذا الناتج مشكلة التزايد المتوالى والمتخضم في عدد السكان والذي تتجاوز معدلاته التقديرية ٧.٨٪ سنوياً^(١) (آخر تعداد رسمي منشور هو تعداد سنة ١٩٧٦ ويبلغ عدد السكان فيه حوالي ٢٨ مليون نسمة)^(٢). ويعني ذلك - ضمن ما يعنيه - أن معادلة الناتج الزراعي وعدد السكان قد انعكس وضعها وانقلب فبدلاً من أن تزداد الرقعة الزراعية الصالحة وبشكل تصبح معه جيدة الانتاج ويزداد معها، بالتالي، الناتج الزراعي ليقابل ويغطي احتياجات الزيادة في عدد السكان، الواجب التحكم فيها، حدث ما يفاير ذلك، فانخفضت مساهمة الناتج الزراعي في الناتج القومي وازداد معها عدد السكان. فالاحتمال ان يتجاوز الناتج الزراعي^(٣) لاحتياجات السكان حتى يتعلق، قدر الامكان، الاكتفاء الذاتي، ويزيد:

الناتج القومي - الاستهلاك القومي

= الاحتياطي (المخزون القومي)

+

التصدير القومي



من الزراعة

من الزراعة



(إجمالي وإنتاج اقتصادي زراعي)

(1) Central Agency for Public Mobilisation and Statistics, Statistical Year Book, Egypt, 1984, p.8.

(٢) بحسب معدل النمو السكاني، عائد على أساس كل ١٠٠٠ فرد وليس كل ١٠٠، مما يدل على مدى تضمين معدل النمو هذا، في مصر.

(٣) ما يصدق على الناتج الزراعي (واستهلاكه) قد يصدق أيضاً على نتائج بعض الأنشطة الأخرى.

وقد ادى التقص فى الناتج القومى من الزراعة والزياة فى عدد السكان - مع زيادة حاجاتهم وزيادة الاستهلاك القومى - إلى تلاشى ما يجب توفيره من هذا الناتج كاحتياطى والتصدير، ومن ثم قد زاد معدل الاستيراد القومى:

$$\text{الناتج القومى} + \text{الاستيراد القومى} = \text{الاستهلاك القومى}$$

من الزراعة من مواد ومنتجات زراعية



(خلل أو ضعف اقتصادى زراعى)

وعلى ذلك فإن تحقيق المعادلة الاولى. يترتب عليه زيادة الموارد من العملة الصعبة (أو النقد الاجنبى) خاصة إن كان معدل زيادة الناتج القومى من الزراعة أعلى كثيراً من معدل الاستهلاك القومى من الناتج الزراعى. والعكس صحيح أن تحققت المعادلة الثانية. حيث يتم الصرف من حصيللة العملة الصعبة لاستيراد الموارد والسلع الغذائية - التى لم يوفرها الناتج الزراعى فنزید الناتج القومى بالاستيراد لکی تكفى الاستهلاك.

والانخفاض الحاد فى معدل الناتج الزراعى المصرى إلى الناتج القومى حدة دلائل خطيرة لعل من أهمها انخفاض فعالية التخطيط والادارة والتنفيذ والمتابعة. وقد يرجع هذا الانخفاض لعدة أسباب منها عدم توفر عناصر الانتاج الهامة كراس المال. يضاف إلى هذا بلن المؤشر السابق ايراده - عندما كان معدل قيمة الناتج الزراعى مساوياً لخمس الناتج القومى تقريباً فى عام ١٩٧٦ - من أنه قد تم استغلال الموارد الطبيعية والامكانيات الزراعية المتاحة استغلال مقبولا أصبح لا محل له فى عام ١٩٨٢. (إذ أن قيمة الناتج الزراعى لا تشكل إلا حوالى ١٦٪ من الناتج القومى فى عام ١٩٨٢. ولا يشير من ذلك كثيراً، كما سبقت الإشارة، ارتفاع معدلات مساهمة ناتج الأنشطة الأخرى فى الناتج القومى بدرجة أكبر من ارتفاع معدل مساهمة الناتج الزراعى فيه).

ورغم أن الدراسة بهذا الكتاب تركز أساساً على الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الاعلام للنهوض بالتنمية الاجتماعية وما يتصل بذلك من متغيرات تتعلق بالفلاح، وغيره من الفئات التي تعمل في الريف وسلوكهم وعلاقاتهم، لكون التركيز تفصيلاً على الزراعة ومشاكلها، التي لها مجالات وتخصصات مستقلة، كما سبق الإشارة، إلا أنه لأهمية التنمية الزراعية ولا يتطاولها ونحن شك بمجالات هذه الدراسة - علاوة على أنها بلغت في مصر مرحلة من الخطر يتطلب معها زيادة معدلها كتمر حيوى يرتبط بحياة المصريين - كان من الضروري أن تتم الإشارة إليها في هذه الطبعة. وتؤكد الفقرة السابقة النقطة الأخيرة وتبين الهوة التي انزلق إليها قيمة الناتج الزراعى إلى الناتج القومى في مصر، مما ترتب عليه زيادة الاستيراد لسلع ومواد غذائية كان في الاستدامة انتاجها محلياً وتوفر العملة الصعبة المفقومة فيها. وعلى سبيل المثال فقد ارتفعت معدلات استيراد (بالقيمة) النرة الشامية وحقن (القمح) والقمح والسكر النقى في نهاية خمس سنوات منذ سنة ١٩٧٨ حتى سنة ١٩٨٢ إلى ٣٧٣٪، ٢٧٤٪، ٢٠٥٪، ١٢٤٪ (١) على التوالي. يضاف إلى ذلك بأنه قد ارتفعت، بالتبعية، معدلات استيراد (بالقيمة) المواد والمنتجات التي تعتمد في زراعتها أو في نموها على الناتج الزراعى، فاللحوم المجمدة مثلاً (التي هي إحدى منتجات الثروة الحيوانية التي تعتمد في بقائها ونموها على بعض العناصر الهامة ومنها الناتج الزراعى من علف ويقول خلافاً) زاد معدل استيرادها في نهاية هذه السنوات الخمس، أى في سنة ١٩٨٢ إلى ٢٩٠٪ (٢).

ويقتضى الأمر أن تتكاتف كل الجهود، المرادها وحكومة في سرعة وفي استثمارية من أجل القضاء على كافة المعوقات التي تسد طريق التوسع في استصلاح الاراضى البور واستزادها والحصول على نتائج متعددة منها أى التوسع الزراعى افقياً، أولاً، ثم زيادة الناتج الزراعى من الاراضى المستزرعة القائمة

(1) Central; Agency for Public mobilisation and Statistics, 1984, op. Cit., p. 274.

(2) Ibid., p. 274.

ولحاصل معينة (أي التوسع الزراعي راسيا) الى تغطية كل احتياجات الاستهلاك
الملي من المواد والمنتجات الزراعية. أو حتى تغطية معظمها حتى يتحقق الاكتفاء
الذاتي بعد ذلك تدريجيا وفي أسرع وقت ممكن.

وقد تكون المشكلة الرئيسية التي تقف حائلا أمام التوسع في الناتج الزراعي
بالشكل المشار إليه، هي توفير رؤوس الأموال لاستخدامها في مد الأراضي البور،
وبغيرها، بعبارة أخرى بصفة مستمرة، وكذا اللازمة لاستخدام وسائل التقدم العلمي
والتكنولوجي في الزراعة. ويمكن التغلب على مشكلة التمويل هذه بعدة إجراءات
مجتمعة، أو منفردة ومتعاقبة، مثل:

(أ) اجتذاب رؤوس الأموال :

- * يمنح امتيازات من ٥٠ إلى ٩٠ سنة، أو أكثر لاستغلال أراضي زراعية.
- * بالمشاركة في مشروعات زراعية أو صناعات زراعية، وسكن انخال رؤوس
الأموال العربية والأجنبية عموما.
- * بإعفاء المستثمر من الضريبة على الأرباح التجارية والصناعية مدة عشر
سنوات ان كان الاستغلال (أو الامتياز) ممنوح لمدة عشرين سنة مثلا، ثم
فرض ضرائب مخفضة بعد ذلك.
- * إعفاء المستثمر من الرسوم الجمركية على كل ما يستورده من معدات وآلات
وخلافه في فترة التأسيس والتوسع.
- * زيادة المزايا والإعفاءات التي يمنحها القانون رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٤ بإصدار
نظام استثمار المال العربي والأجنبي (وتعديله).

(ب) إجراءات ففائية:

* إعادة جفولة المشروعات القومية الفف تمولها الدولة وروفع مشروعات الاسفصلاص والاسفزراع على قمة قوائم فك المشروعات.

* اقامة المدن والمفجمعات السكنية فى المناطق السحرلوية ونقل قروع بعض شركاء وميناء القطار العام والحكومة إليها خاصة فك الفف ىربط عملها بالاسفصلاص والاسفزراع... وفحقق الاسفقاء الفافى لفك المدن والمفجمعات.

* فشفجع المواطنى؁ وعلى الاخص الشباب؁ على الاسفقال لفعمفر فك المدن والمفجمعات ومنهم مزايا ففعدة مقابل اسرافهم وىدرجات فففاوتة؁ على اسفصلاص واسفزراع مساحاء معينة من الأفنة. وىمكن أن ىلخذ فك الفشفجع صوراً معاً ىافى:

• فلك عدة أفنة مجاناً مقابل اسفزراعها والاسراف على اسفزراع عدد آخر من الأفنة.

• زىافة قىمة بمم الفولة لكافة السلع والموااء الفذائفية فى هفذه المدن والمفجمعات.

• زىافة مرئباء المنقوائىن إلى فك المدن.

• فففىض قىمة كافة الرسوم الحكومية المسفحقة على الفعاملاص فى فك المدن؁ فكذلك فففىض المسرفوفاء البنكية على الفعاملاص فى فك المدن؁ وىصفة عامة فففىف الاعباء والرسوم الفف فمصلها الفولة عباءة من المواطنىن على قاطنى هفذه المدن والمفجمعات.

• فففىض الفسرائب؁ أو زىافة الاعفاءاء الفسرفىبية لساكن فك المدن والمفجمعات.

• توفير وسائل المواصلات العامة داخل تلك المدن، وبينها وبين بعضها وبينها وبين المدن الكبرى مع جعل أجور الانتقال رمزية.

• إصدار سندات على الدولة منتها من عشر سنوات إلى عشرين سنة على أن تعفى من كافة الضرائب وتخضع لنظم الجوازات.

• رفع سعر فائدة البنوك المصرية على الودائع والمخدرات وعلى الأخص بالعملة الصعبة.

• فتح باب التبرعات أمام شركات ومكاتب القطاع الخاص.

• فتح باب التبرعات أمام كافة المواطنين.

والله نسال ان يمنحنا القوة لاجتياز هذه العقبات الموقفة فهو العاطى بلا حساب. وشعب مصر قادر بان الله تعالى على تخطيها بسهولة كما تخطى اصعب منها. والادلة على ذلك، من تاريخه العريق، كثيرة وبلا حدود. لقد خلق الله ومنحه من قديم الازل صفة النضال والبأس فتقلب بهما وبإيمانه على تحديات كثيرة أقوى مما يواجهه اليوم. فأخضع العلم من الاف السنين لارادته، وانتصر، فى كل معاركه الضارية التى خاضها طوعا أو جبرا، منذ التثار فى العصور القديمة إلى الاستثمار فى العصور الحديثة حتى أكتوبر الملحمية. وانتصاراته هى دائماً بقوته وبإيمانه بالله واعتماده عليه .

فنعم المولى ونعم النصير

المؤلفة

مقدمة

الطبعة الأولى

(معدلة)

مما لا شك فيه أن كل دولة من دول العالم تسعى حثيثاً إلى مضاعفة معدلات التنمية فيها . ولا تختلف في هذا دولة كبيرة أو صغيرة . متقدمة أو نامية . ذلك أنه كلما زاد النمو الاقتصادي والاجتماعي .. فيها كلما ارتفع مستوى معيشة أبنائها وكلما توثرت مكانته أكبر بين دول العالم .

والتنمية الاجتماعية ترتبط بتطور البناء الاجتماعي في الدولة وبتغييره إلى الأحسن بما يؤدي إلى استخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة . المعقدة ، في كافة أنشطتها .

وقد تختلف نوعية المجتمع وحاجاته وأهدافه في دولة متقدمة وفي دولة نامية . إلا أنه لا خلاف على أن كل دولة . في وقتنا الحاضر . تهتم اهتماماً كبيراً ، ضمن اهتماماتها المتعددة . بتوفير الغذاء لمواطنيها - والبلاد الصديقة إن أمكن ذلك . مما أدى إلى التركيز على زيادة الإنتاج الزراعي العالمي بصفة أساسية . كل دولة تعمل على زيادة الرقعة الخضراء بملأها فتحول الأراضي اليابسة الجرداء إلى أراضي صالحة للزراعة . إلى أراضي خضراء .

غير أن أهمية توفير المواد الغذائية وزيادة كمياتها المنتجة تتفاوت بين الدول : فإذا كانت هذه المسألة هدف أساسى يمكنها بسهولة تحقيقه تصير إليه دول العالم المتقدمة . فإنها تعتبر هدف حيوى جوهري لا بديل عنه لمعظم الدول النامية قد يصعب من الاكتفاء الذاتي تحقيقه .

ومن المعلوم أن الفلاحين في كثير من دول العالم . وعلى الأخص الدول النامية يشكلون الجزء الأكبر من السكان . وفقاً لما تشير إليه الإحصائيات في هذا المجال . حتى أن تعداد الفلاحين في بعض الدول الأقل نمواً يبلغ حوالى ٨٠٪ من مجموع السكان .

وقد تركزت على أهمية الفلاحين - باعتبارهم أحد العناصر الرئيسية في الإنتاج الزراعي - وعلى أنهم يكونون الجزء الأكبر من السكان في بلاد كثيرة في العالم أن معظم الدراسات السكانية والاجتماعية أصبحت تتركز على الفلاح، على أسلوب حياته اليومي ومستويات معيشته وأسلوب تفكيره وسلوكه. ويمكن القول - بصفة عامة - أن معظم البرامج المحلية والدولية التي تعد من التغيير الاجتماعي المخطط أصبحت لا تخلو من مناقشة موضوع أو أكثر من الموضوعات المتعلقة بأحوال الفلاحين وطرق معيشتهم وأسلوب تفكيرهم.

ولا تقتصر أهمية دراسة الفلاحين على ما تقدم ذكره. فمن المعلوم أن أهمية - التي هي أحد المعوقات الرئيسية للتنمية - تتفشى بدرجة كبيرة بين معظم الفلاحين وعلى الأخص في الدول النامية مما يشكل عقبة كبرى في سبيل توصيل المعلومات إليهم. فاللغة التي يتعرضون لها، عادة، أعلى من مستوى إدراكهم وهو ما يرتب فقد هذا الاتصال الهام. يضاف إلى هذا بلغة لا توجد دراسات كافية عن احتياجات الفلاحين، حيث أن معظم الاتصال يلقى في اتجاه واحد من الحكومة إلى الفلاحين أي من أعلى التنظيم في الدولة إلى أبناء. وقد يمرق ذلك من المحاولات التي تبذل لرفع مستوى معيشتهم ولاستخدام وسائل التقدم العلمي والتكنولوجي في مجتمعهم وفي طرائق عملهم.

ومن مقرر فإنه من المعلوم أنها كانت أساسا بلد زراعي تحول النشاط الرئيسي فيها تحولاً ملحوظاً إلى الصناعة.

ولكن يهم أن نسال: هل حققت الزراعة في مصر أهدافها كتوفير كافة المواد الغذائية اللازمة للاستهلاك المحلي والتصدير الخارج بما يؤدي إلى تحقيق عائدات كافية من العملات الحرة ؟ في الحقيقة يمكن القول بأن الزراعة في مصر لم تحقق بعض أهدافها لأسباب متعددة، منها مثلاً، أننا نواجه عدداً من المشاكل الهامة نعاني منها منذ سنوات يمكن أن نضعها في الصيغة العامة التالية:

* تزايد مستمر في عدد السكان (ريف وحضر)	يقابله:	* عدم كفاية المصلحات المزروعة.
* وتزايد في الاحتياجات.		* وقلة المال المستثمر فيها نسبياً.

فإذا طالعنا الإحصاءات السكانية نجد أن عدد السكان في مصر قد زاد إلى ما يقرب من ٤ أمثاله في أقل من ثلاثة أرباع القرن. فقد كان حوالي ١١ مليون نسمة في سنة ١٩٠٧ ثم وصل إلى ما يقرب من ١٦ مليون نسمة في سنة ١٩٣٧، ثم زاد إلى نحو ١٩ مليون نسمة في سنة ١٩٤٧ وإلى ٢٦ مليون نسمة تقريباً في سنة ١٩٦٠، وإلى ٣٠ مليون نسمة سنة ١٩٦٦ حتى بلغ حوالي ٣٨ مليون نسمة في سنة ١٩٧٦^(١). وفي تعداد سنة ١٩٧٨ وصل عدد السكان إلى ما يقرب من أربعين مليون نسمة.

هذا ومن المتوقع أن يصل عدد السكان في مصر إلى حوالي ٤٥ مليون نسمة في سنة ١٩٨٠، وإلى ٥٢ مليون نسمة تقريباً سنة ١٩٨٥، وإلى ٧٠ مليون نسمة تقريباً سنة ٢٠٠٠.



ومن توزيع السكان بين الريف والحضر نجد أن معظم السكان في مصر يتمركزون في الريف، غير أن الحال تغير بعض الشيء في السنوات الأخيرة. فقد انخفضت نسبة سكان الريف (قرى الوجه البحري والقليوب) إلى مجموع السكان (ريف وحضر) من حوالي ٥٩٪ عام ١٩٦٦ إلى حوالي ٥٤٪ عام ١٩٧٦ (٦٠، ٢٠ مليون نسمة ريف ١٦، ١ مليون نسمة حضر، بخلاف توزيعات أخرى). كما انخفضت أيضاً نسبة سكان القرى إلى مجموع السكان من ٧٥٪ عام ١٩٣٧ إلى ٥٩٪ عام ١٩٦٦. وعلى العكس من هذا زادت نسبة سكان المدن الكبرى بالمحافظات الجبلية (العواصم) من ١٤، ١٪ عام ١٩٣٧ إلى ٢١، ٨٪ عام ١٩٦٦ وكذلك زادت

(١) إحصائيات الجهاز المركزي لتعبئة العامة والإحصاء - أكتوبر ١٩٧٧ وما قبله.

نسبة سكان المدن (عواصم المحافظات والمراكز) من ١٠.٢٪ عام ١٩٣٧ إلى ١٨٪ عام ١٩٦٦^(١).

ولعل من أهم أسباب انخفاض نسبة سكان الريف - وارتفاع نسبة سكان الحضر - ازدياد الهجرة الداخلية من الريف إلى الحضر. فسكان الريف يرغبون في رفع مستواهم المعيشي واغتنام فرص عمل لا تتاح لهم إلا في المدن. وعلى هذا فيمكن القول بأن المفهوم التقليدي لدى الفلاحين، وهم يمثلون معظم سكان الريف أساساً، بالتمسك بالتقاليد والبقاء في ديارهم يتوارثونها جيل بعد جيل مفهوم بدأ يتغير.

ومن المعلوم أن هذه الهجرة تسبب مشاكل اقتصادية كثيرة للبلاد. غير أنه من ناحية أخرى فإنه قد لا يترتب عليها نقص عدد الفلاحين في الريف بشكل يربط عبثاً عليه.

هذا وتتصل مشكلة تخسّم عدد السكان بمشكلة أخرى وهامة هي مشكلة الأمية؛ ذلك أن نسبتها في مصر بلغت في عام ١٩٧٦ حوالي ٦٠.٥٪^(٢)، وأن معظم هذه النسبة تتمثل في الفلاحين. وفي إحصاء آخر تبلغ نسبة الأمية في مصر ٦٠٪^(٣). كما تتصل مشكلة تزايد السكان في مصر بمشكلة انخفاض الناتج والدخل القومي^(٤) التي تحدث عادة نتيجة انخفاض الناتج من الزراعة ومن الصناعة ومن أنشطة أخرى. وكان القطاع الزراعي في مصر يساهم في الناتج القومي منذ سنة

(١) المرجع السابق .

(٢) وزارة التربية والتعليم، الإدارة العامة لتعليم الكبار، اليوم الملئى لحو الأمية، مصر، سبتمبر ١٩٧٨.

(3) The World Almanac and Book of Facts, Newspaper Enterprise Association, Inc. N.Y., 1985, P. 538.

(٤) يبلغ دخل الفرد في السنة في إحصاء ١٩٨٢ حوالي ٦٠ دولار أمريكي - المرجع السابق.

٦٦/٦٥ بنسبة ٢٠٪ انخفضت إلى ١٦٪ من سنة ١٩٨٢:٧٩. وعلى العكس من ذلك، زادت مساهمة القطاع الصناعي في الناتج القومي من ٢٠٪ سنة ١٩٧٧ إلى ٢٨٪ سنة ١٩٨٢/٨١^(١). ويقتي انخفاض الناتج الزراعي في الوقت الذي تتوافر فيه عوامل الانتاج بكفاءة ويوفره مثل تربة صالحة ومناخ مناسب ويد عاملة مدربة.

ورغم هذا فمن المعروف أن الأراضي المزروعة في مصر بمحاذاة لفتا النيل، يتمركز فيها معظم السكان بما قد يصل إلى ٣٠.٥٪ تقريباً من مساحة البلاد. وبالرغم من أنه أمكن منذ عام ١٩٥٢ وحتى عام ١٩٨٢ استصلاح ما يزيد على مليون فدان^(٢) إلا أنه مازال هناك جزء كبير يجب استصلاحه. ونظراً لأهمية الأرض الزراعية، وبالتالي أهمية متابعة الفلاح والعمل على حل مشاكله، فإن الرئيس السادات رحمه الله كان يهتم الشد دائماً ويدعو إلى زيادة الإنتاج الزراعي، كما كان يقوم بزيارات متعمدة لأرضي مزرعة، أو تحت الاستزراع، متفرقة في أنحاء جمهورية مصر لتحقيق هذا الغرض. وعندما تولى للرئيس مبارك حكم مصر لم يدع فرصة لزيارة قرية أو مصنعاً ريفياً إلا واغتنمها، مؤكداً أهمية تنمية موارد الدولة من الزراعة.

وعلى ذلك فإن التنمية الزراعية، كجزء من التنمية القومية، أمر حيوي وهام لزيادة الدخل القومي والناتج القومي وتحسينه. وهو ما سبق توضيحه.

والتنمية، في رأي علماء علم الاتصال ترتبط بالتغيير. بمعنى أنه كلما استطلعنا تغيير اتجاهات وسلوك الأفراد (التقليديين) إلى أسلوب عصري في الحياة كلما كانت عملية التنمية ممكنة. ولا بد أن يلتفت الناس بهذا التغيير ويتقبلوه حينئذ يمكن أن يتم في يسر وسهولة ويؤتي ثماره المنتطرة.

(1) Central Agency for Public Mobilisation and Statistics, Statistical Year Book, 1984, Op. Cit., P. 260.

(2) Central Agency for Public Mobilisation and Statistics, Statistical Year Book, 1984, op. cit., p. 77.

هذا وتلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً ورئيسياً فى عملية التغيير الاجتماعى وبالتالى فى التنمية الاجتماعية. ولهذا فإن هذه الوسائل يمكن أن تعتبر جزءاً من المجتمع العصرى حيث ترتبط بالعمال المؤسسات الاجتماعية والأنشطة المتعلقة بالاقتصاد السياسى والأديان والتعليم والتمويل وخلافه.

ونظراً لأهمية التنمية الاجتماعية كما ذكرنا ولأهمية البحث والدراسة على مجتمع القرية وقللة الأبحاث الطمية والميدانية المصرية المنشورة فى هذا المجال، فقد رأينا أن نقوم بدراسة هذه من دور وسائل الاعلام فى التنمية الاجتماعية فى المجتمع الريفى. وستعرض فيها- ضمن ما ستعرض إليه - إلى دراسة حياة المجتمع القروى كأمير طبيعى يحسن الخوض فيه عندما نتكلم عن أنوار وسائل الاعلام.. وستعرض كذلك فى دراستنا إلى مشكلتين رئيسيتين من المشاكل التى تواجهها مصر وهما مشكلتى تضخم السكان والامية وذلك من خلال دراسة ميدانية لنتائج حملتى تنظيم الأسرة ومحو الامية فى قرية اختيرت لهذا الغرض وهى قرية قها والتى أصبحت فيما بعد مدينة .

ورغم أن هدفنا من الدراسة هو معرفة دور وسائل الاعلام فى التنمية الاجتماعية بصفة أساسية الا أننا ستعرض أيضاً إلى دور الاتصال المباشر بفيه اكتمال العرض ووضوح الصورة.

وفى بحثنا عن دور وسائل الاعلام سنتناول الوسائل الرئيسية منها، والتى تشكل الجانب القوى فى نشر المعلومات والمعرفة فى القرية؛ والتى تتوافر فيها بصفة دائمة ومستمرة ويمكن أن تصل إلى جميع سكانها، وهى أساساً الإذاعة والتلفزيون والصحف. وبالتالي فإننا سنستبعد من الدراسة السينما (الفيلم) والكتاب لقله دوريهما فى مجتمع القرية بالمقارنة لأدوار الوسائل الثلاث الأولى.

وبما لاشك فيه أن ملامح مجتمع القرية المصرية قد تغيرت فى السنوات الأخيرة تغييرات جوهرية كبيرة حيث تم تطبيق قوانين الإصلاح الزراعى بنجاح وحيث أنشئت جمعيات زراعية، وأتبع نظم الائتمان الزراعى والتسويق التعاونى،

كما أخذ بعيداً تكافؤ الفرص في التعليم وفي الوظائف وفي الخدمات علاوة على المحاولات المتكررة لنزع هذا المجتمع قدراً مناسباً من المعرفة والثقافة بما يمكن من القضاء على الأمية المتفشية فيه وحتى يمكن أن ينفق على مجتمع يتمتع عنه بدرجة أكبر من العصرية ومتقدم عنه تكنولوجياً.

ورغم المحاولات التي تبذل والنجاحات التي تتحقق إلا أنه - على ضوء البيانات القليلة المتاحة - فإن تغيير ملامح مجتمع القرية لم يتم إلى الدرجة التي تحقق الأهداف المرجوة.

ولهذا فإننا نهدف من دراستنا أيضاً توفير معلومات حقيقية عن مجتمع القرية المصرية وعن دور وسائل الإعلام في التنمية الاجتماعية، بما يمكن أن تقيد الدارسين في هذا الميدان.

ويهم أن نوضح هنا أن الحكومة المصرية تتفق ملايين الجنيهات في سبيل زيادة الانتاجية الزراعية باستخدام الأساليب الحديثة، ومن ضمنها الاستئانة من فاطية ووسائل الاعلام. وتتلق الكثير أيضاً على مشروعات متعددة بفرض دفع حجة التنمية إلى الامام مثل زيادة رقعة الاراضى المزروعة بالتوسع فى تطبيق سياسة ملكية الفلاح للأرض وتمويل بعض جوانب الانتاج الزراعى والتماونى ومحاولة وقف تزايد السكان بالدراسة العلمية من خلال مشروعى تنظيم الأسرة. ومحو الأمية مثلاً بمساعدة كافة أجهزة ومؤسسات الدولة.

هذا ونأمل أن تتميز الدراسة بهذا الكتاب بالخاصية الشاملة، ذلك أننا نناقش النظريات العلمية في دور وسائل الاعلام فى التنمية الاجتماعية كما نناقش أيضاً الجوانب الميدانية لهذه النظريات العلمية. وترتيباً على ذلك فإن دراستنا هنا قد تحظى باهتمام، وتحصل بعمل معظم المؤسسات والهيئات العلمية الحكومية، والخاصة، في مصر.

ويهم الإشارة هنا إلى أن لوسائل الاتصال وطائفت ثلاث بالنسبة للتغييرات التي تحدث في التنمية الاجتماعية:

١ - توفير المعلومات بشأن التنمية القومية وتركيز الانتباه على الحاجة إلى التغيير واستخدام الفرص الداعية إليه وإثارة الطموح. وتتناول وسائل الاعلام هذه المهام بصورة مباشرة.

٢- اتخاذ القرارات. يجب أن يتسع الحوار بحيث يشمل كل من ينبغي عليه اتخاذ قرارا بالتغيير ويجب أن تعطى الفرصة للقيادات لكي تقود وتسمع أصوات الجماهير العالمة. كما يجب أن تتضح قضايا التغيير وأن تناقش البدائل. وفي استطاعة وسائل الاعلام أن تساعد فقط في القيام بهذه المجموعة من المهام.

٣- تعليم المهارات. حيث يجب أن يتعلم الكبار القراءة ويجب تعليم الفلاحين أصول الزراعة الحديثة وتعليم الأطفال وتدريب المهنسين والأطباء والمدرسين وتعليم العمال المهارات الفنية. وعلى الناس. أن يتعلموا بصفة عامة كيف يظلوا أقوياء. ويمكن لوسائل الاعلام أن تتناول هذه المهام بالاشتراك مع الاتصال المباشر، حيث نرى مثلاً أنه يمكن لوسائل الاعلام أن تسد النقص في عدد المدرسين بأن تساعد في التعليم مع مدرسي الفصول الدراسية.

إذن فإنه في مجال التنمية الاجتماعية هناك مهام تستطيع وسائل الاعلام القيام بها مباشرة وهناك مهام تستطيع المساعدة فيها. وعلى هذا فإننا نعرض الفروض التالية.

الفرض الاول :

إن مدى تعرض الفرد لوسائل الاعلام يتحدد جزئياً بطريقة الاستقبال كما يتحدد جزئياً ببعض الخصائص الخلفية له.

الفرض الثاني :

(١) قد تكون هناك علاقة بين التعرض لوسائل الاعلام من ناحية ومعرفة المسائل المحلية والقومية من ناحية أخرى.

(ب) قد يتصل التعرض لوسائل الاعلام بمعرفة مشكلات محددة عن التنمية كالانخار وإعادة فتح قناة السويس.

(ج) قد يتصل التعرض لوسائل الإعلام بطموح الفرد تجاه نفسه وتجاه أولاده.

الإفترض الثالث :

في عملية اتخاذ القرارات بشأن الافكار المستخدمة تكون وسائل الاعلام أهم نسبيا في وظيفة المعرفة، بينما تكون قنوات الاتصال المباشر أهم نسبيا في وظيفة الاقتناع.

الإفترض الرابع :

تستطيع وسائل الاعلام أن تلعب دورا مساعدا أو رئيسيا في حملة محو الأمية ويتوقف ذلك كثيرا، على متطلبات الفرد.

وقبل أن تقدم عرضا للجواب والفصول بهذا الكتاب يهم الإشارة إلى الأسباب التي دعنا إلى تركيز دراستنا الميدانية على قها التي تعتبر بحق إحدى القرى النموذجية التي تصلح لدراسة دور وسائل الاعلام في التنمية الاجتماعية، حيث يمكن أن نقول عنها أنها قرية عصرية أو مدينة تقليدية تتمتع بخصائص تجعلها متميزة عن غيرها من القرى. فهي تتميز، مثلا، بوجود الصناعات التكنولوجية المتقدمة متمثلة في صناعة الأقنية المحفوظة والصناعات الحربية والمنية، كما توجد فيها أراضي زراعية يمتلكها بعض من أهلها يستخدمون فيها الميكة الزراعية. كما أنه مقام بها مباني حديثة وطرق مهيطة وينعم بعض سكانها بمستوى معيشة مرتفع. بالإضافة إلى أنه تتوافر بها وسائل الاعلام من راديو وتلفزيون وصحف بدرجة لا بأس بها . كما تتميز أيضاً بقريةها من القاهرة فهي تبعد عنها حوالي ٢٥ كيلو متر وتقع على الطريق الزراعي بين مصر والاسكندرية مما يسهل عملية الوصول إليها يوميا لاجراء الدراسات المطلوبة وبما يقلل تكاليف البحث ويساعد على إتمامه على أحسن وجه. ومن ناحية أخرى، فإنه على النقيض مما

تقدم، تتميز بها بوجود صناعات تقليدية كصناعة السجاد والكليم التي تستخدم فيها الأساليب التقليدية في الإنتاج وتوجد فيها ملكيات زراعية صغيرة تستخدم فيها وسائل الإنتاج الزراعي البدائية. كما يسكن بعض الأماي فيها منازل تقليدية ومستوى معيشتهم منخفض نسبيًا، كما يوجد فيها طرق غير مهيأة .

وعلى هذا فيمكن أن نقول أن قها تتمتع بالعصرية المتوفرة - إلى حد ما - بالمدن الكبيرة كما أنها تتميز بوجود التقاليد البدائية التي تتوافر لدى بعض الأسر التقليدية في القرى وفي المدن على حد سواء. ومن ثم يمكن أن نقول أنها تشبه مدينة صغيرة تصلح لأغراض دراستنا هذا. وقد يكون ذلك أحد الأسباب التي بعث الحكومة إلى إصدار قرار بتحويل قها من قرية إلى مدينة إعتباراً من مارس ١٩٧٥، أي أثناء فترة دراستنا الميدانية عليها، ورغم أن هذا التحويل مختص بالشكل الإداري لقها ومن حيث التبعية الإدارية لها، إلا أنه يمكن أن يؤثر على بعض العادات والاتجاهات فيها.

هذا وستقدم دراستنا بهذا الكتاب في بابين رئيسيين وأثنى عشر فصلاً وخاتمة.

وسنعرض في الباب الأول للدراسات النظرية في الاتصال الانساني وفي التغير الاجتماعي وأنوار وسائل الاعلام في التنمية الاجتماعية، وستتناول أيضا التنمية الريفية وأبحاثاً ميدانية عنها. وتتناول في الباب الثاني خطة الدراسة والإجراءات التي تمت في شئها ومعلومات عن قها. وتعرض إلى الدراسة الميدانية وتحليل بياناتها بفرض تحقيق الافتراضات التي وضعناها. ثم نعرض في النهاية إلى الخاتمة. وبهم أن نوضح أن هذه الدراسة قد استغرقت حوالي ثلاث سنوات منذ عام ١٩٧٤ وقد حصلت المؤلف بها على درجة الدكتوراه التي أجيّزت من كلية الإعلام جامعة القاهرة في ديسمبر ١٩٧٦. ثم أضيفت إليها بعد ذلك الموضوعات الهامة، والإحصائيات الأخيرة، حتى تصبح كتاباً جامعياً، وكتاباً قد يهم المعنيين بهذا الموضوع على حد سواء.

وقبل أن نختم هذه المقدمة أرجو من الله أن أكون قد وفقت في اختيار موضوع وأهداف هذه الدراسة ونجحت في الوصول إلى تلك الأهداف باستخدام كافة الأساليب المتاحة، وأتمنى أن أكون قد أضفت بهذا الجهد المتواضع جديداً إلى الدراسات والأبحاث التي أجريت في هذا المجال دور وسائل الاعلام في التنمية الاجتماعية في المجتمع الريفي، وأمل أن تساعد - ما أمكن - على فهم مجتمع القرية وأن تساهم في توضيح الرؤية حول الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الاعلام في مشكلتي تضخم السكان والامية التي تمانى منهما بلدنا منذ سنوات طويلة بما يؤدي إلى حل مشاكل المجتمع الريفي وبما يساعد على دفع عجلة التنمية وإزدهار إقتصادنا القومي مما يرفع من شأن بلدنا العزيز مصر.

ولا يسعني في النهاية إلا أن أتوجه بخالص شكرى وعظيم إمتنانى لكل من قدم لنا يد العون الصادقة لاتمام أعمالنا، فلم ينخر الأستاذ الدكتور محمود نجيب أبو الليل رئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة - آنذاك - جهداً في توجيه النصيحة والمشورة لحل المشاكل التي قابلتنا أثناء الدراسة وكان معيناً قويا لنا على إتسامها على الوجه الذي ارتضيناه والذي يتناسب والمدة التي قضيت فيها بما نأمل معه أن تكون ذات فائدة للمهتمين بحل مشاكلنا. كما نتوجه بالشكر العميق أيضاً للسيد الأستاذ سعد الدين وهبه وكيل أول وزارة الثقافة على مساعدته القيمة في الحصول على كافة البيانات التي طلبناها عن قها وإلى الأماهى والسادة عضو مجلس الشعب ورئيس المجلس المحلى والمسئولين في شركة النصر للأفنية المحفوظة «قها» وجميع العاملين في الشركات والوحدات التي أرتها في قها. ولا ننسى فضل السيد الأستاذ يوسف السباعى وزير الثقافة السابق - رحمه الله - بمناقشاته البناة وعلمه الغزير وكتاباته الرائدة.

والله الموفق

المؤلف

الباب الأول

الدراسات النظرية

تمهيد

نتناول في هذا الباب النظريات والآراء العلمية في دور وسائل الإعلام في التنمية الاجتماعية حيث نعرض لعملية الاتصال والتغيير الاجتماعي ودور وسائل الإعلام في هذا اللون من التفسير مع التركيز على التنمية الريفية. كما نعرض لبعض البحوث التي أجريت في هذا الميدان لإعطاء صورة واضحة لما يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في خدمة التنمية الاجتماعية. ونبين في **الفصل الأول** مفهوم الاتصال وعمليته والعناصر الأساسية في هذه العملية، ومختلف التأثيرات التي تحدثها هذه العناصر على الاتصال والمشكلات التي تواجه الاتصال، وفي كل هذه المجالات نميز دائماً بين الاتصال الإعلامي والاتصال الشخصي ونبين دور كل منهما في عملية التنمية ، ونتناول في فصلين جديدين : **الثاني والثالث** قيادة الرأي في الريف المصري والتأثير في نظريات الاتصال.

ونوضح في **الفصل الرابع** معنى التغيير الاجتماعي، ونعرض بعض النظريات الكلاسيكية والحديثة التي نتناول التغيير الاجتماعي. ونحاول الإشارة إلى الاتجاهات المختلفة التي تبحث في هذا الموضوع. كما نبين الفئات التي تتأثر بالتغيير الاجتماعي مع التركيز على مستوياته والفرق بين مفهومي التنمية والمصرية.

وفي **الفصل الخامس** نحاول الربط بين ما تعرضنا له في الفصلين السابقين حيث نوضح الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الاتصال الإعلامي في خدمة التنمية الاجتماعية مع التركيز على إبراز أهداف وظائف وسائل الإعلام في المجتمع. ونظراً لأننا نتناول في هذا الكتاب التنمية الريفية بصفة أساسية فإننا نتناولها بالشرح في **الفصل السادس** مع التركيز على العلاقات بين الريف والحضر، ونحاول معرفة من هو الفلاح. كما نشير إلى متغيرات التنمية والمواقف التي تقف في طريقها.

وبعد أن مررنا بعض المفاهيم الأساسية للإتصال وتناولنا التفسير الاجتماعي وربطنا بينهما وأوضحنا التنمية الريفية باعتبارها محور اهتمام دراستنا، نعرض في الفصل السابع البحوث وميكانيكية أدائها وبحوث أجريت في الدول النامية بصفة عامة وفي مصر بصفة خاصة، عن دور وسائل الإعلام في التنمية الاجتماعية في الريف، كما تلقى الضوء على أهم نتائجها. وقد أعددنا أن هذا الجانب العلمي من بحثنا ليمهد الطريق إلى الجانب الميداني الذي نتناوله في الباب الثاني .

الفصل الأول

طبيعة الاتصال الانساني

الاتصال من شأنه أن ينشر المعرفة وينميتها . والمعرفة هي أهم ما تحتاج إليه الدول النامية، ومن ثم كان الاتصال من أهم العوامل في عملية الدفع نحو المصرية. ولكن ماهو المقصود بكلمة إتصال ؟؟...

إن الاتصال "Communication" كلمة مشتقة من كلمة "Commnis" اللاتينية ومعناها الشيء المشترك، ونحن حين نقوم بعملية الاتصال فإننا نحاول أن نوجد نوعاً من المشاركة مع شخص آخر. أى أننا نحاول أن نشاركه في المعلومات أو الفكر أو الاتجاهات^(١).

ويتضمن الاتصال كل الوسائل الخاصة بنشر المعرفة والأفكار والاتجاهات من وسائل توصيل الأخبار كالصحيفة والرائيو والتليفزيون إلى التبادل اليومي للأخبار والشائعات في سوق القرية مثلاً. والاتصال إتجاهات متعددة ذلك أنه يعنى بتوصيل الأفكار الأساسية إلى أجهزة الحكم المحلي وإلى الحكومة المركزية على السواء. أما التغيير والنمو فإنهما يحدثان فقط برضاء هؤلاء الذين يؤثر فيهم التغيير. وعند هذا المستوى نجد أن الاتصال والتغيير يعتمد كل منهما على الآخر تمام الاعتماد.

ويمكننا القول أنه لكي نجني ثمار التغيير فإنه يجب أن يكون لدى الفرد إحساس وحاجة إلى التغيير، ونحن نحس بهذه الحاجة فإن التغيير يأتي سريعاً وعندما يزداد الاتصال^(٢).

(1) Wilbur Schramm, The Process and Effect of Mass Communi Cation. Urbana. University of 11 inois Press 1971, p.3.

(2) Daniel Lerner, and Wilbur Schramm, Communication and Change in the Developing Countries, Honolulu, The University Press of Hawal, 1972.

تعريف الاتصال

يمكن أن نعرف الاتصال بأنه عملية نقل المطومات والآراء والاتجاهات (وهي الصور التي كونها لأنفسنا) من المصدر (وهو أساس الرسالة) إلى المستقبل وذلك بفرض التأثير عليه لهدف ما (١).

ويعرف شرام "Schramm" الاتصال بأنه الأداة التي تجعل المجتمعات ممكنة وهو بطبيعته يميز بين المجتمع الإنساني وغيره من المجتمعات (٢).

ويصف كولي "Cooley" الاتصال بأنه الميكانيكية التي تنشأ عن طريقها العلاقات الإنسانية وتتمى، أو بكلمات أخرى هو جميع رموز العقل مع وسائل نقلها عبر الفضاء وحفظها خلال الزمن (٣).

ويعرف كار وزملائه الاتصال بأنه جميع العمليات المخططة وغير المخططة التي يستطيع من خلالها فرد ما أن يؤثر على سلوك الآخرين.. ومن وجهة النظر هذه يمكن القول أن الاتصال هو علم التفاعل بين الأفراد الذي يلقى بتداعج سلوكية.

(1) See Everett Rogers and Floyd Shoemaker, *Communication of Innovation - A cross cultural Approach*, New York: Free press 1971 pp. 22-23.

Nathan Maccoby "The New Scientific Rhetoric" in Wilbur Schramm, *Rhe Science of Human Communication*, New York, Basic Books 1963 pp. 41-42.

Everett Rogers, *Communication Strategies for Family Planning*, New York, the Free press, 1973p. 43.

Edwin Emery, Philip Ault and Warrent Agee, *Introduction to Mass Communication*, New York, Dodd Mead and Company 1970 p.5.

David Berlo, *The Process of Communication*, new York: Holt, Rinehart and Winston 1960. p.12.

(2) Wilbur Schramm, *Men, Messages and media*, New York, Harper and Row Publisher 1973 p.2.

(3) Charles Cooley, *Social Organization*, New York: Charles Scribner's Sons, 1909 p. 61.

ويحتوى الاتصال المخطط إذن على جميع التدخلات المقصودة، والتي يقصد بها تحقيق تغييرات محددة في السلوك المعلن والكامن "Overt and covert behavior" للمتلقي. ولكي يكون هذا التدخل في السلوك فعالاً فإنه يجب أن يبدأ بفهم تام للعوامل التي تحدد ذلك السلوك.

ومن هنا نرى عملية تخطيط وتنفيذ تشبه إلى حد ما تلك الخطوات التي تتخذ في العلاج الطبي حيث يبدأ الطبيب بتشخيص المرض قبل إعطاء العلاج الفعال^(١).

ويعتقد هؤلاء المؤلفون أيضاً أن أية عملية تهدف إلى تغيير السلوك عن طريق التدخل المخطط يجب أن تبدأ بالخطوات التالية:

(أ) الفهم العميق للعوامل المسببة أو المحددة للسلوك.

(ب) تحديد أى من العوامل المسببة التي يمكن أن تخضع للتغيير عن طريق تدخل الاتصال.

(ج) تقييم بعمق لمعرفة أى من الأنواع المختلفة للتدخل هي التي يمكن أن تكون أكثر فاعلية وتأثيراً^(٢).

إن دراسة الاتصال تدور حول تبادل المطوبات، والتطعيم وخلق الاتجاه وتغييره وتغيير السلوك، مع التركيز على الرسالة المشتركة بين المصدر والمتلقي، وهكذا لا توجد وسيلة لهم عملية التغيير لا تضع الاتصال في اعتبارها^(٣).

والذلك فنحن حين ندرس الاتصال فإنما ندرس الناس وعلاقاتهم ببعضهم البعض كما ندرس مجتمعاتهم وتنظيماتهم ومجتمعاتهم، وندرس كيف يؤثر الإنسان

(1) Snehendu Kar, Dinae Demagone and Barbara Kar, Communication Research in Family Planning Paris, UNESCO, No.2, 1975 p.5

(2) Kar, 1975, op. cit., p.6

(3) Rogera, 1973, op. cit., p. 44

فى غيره، وكيف يتأثر بغيره، وكيف يعطى المعلومات وكيف يطلقى الخطوات، وكيف يعلم الناس وكيف يتعلم منهم: ولكى نفهم الاتصال الإنسانى يجب أن نفهم كيف تقوم العلاقة بين الناس بعضهم البعض^(١).

عملية الاتصال

نود أن نؤكد أن الاتصال هو عملية "Process" وأنه مستمر عبر الزمان، وليست له نهاية أو بداية، والاتصال مثله مثل بعض العمليات الأخرى، ظاهرة مستمرة أى أنه مثل النهر عبر الزمن، ويقول روجرز أنه مثل التجربة لا نهاية لها، لأنه يلها دائماً شيء ما^(٢). ولكى نوضح هذه الصورة فليأتنا نرى أنه من الأفضل أن نحدد الحركة فى هذا الفيلم المستمر بحيث ن عزل بعض عناصر عملية الاتصال، ويمكن أنذاك أن نرى العناصر التى توجد - عادة - ووصفة أساسية فى أى حدث اتصالى وهو المصدر والرسالة والوسيلة والمستقبل والتأثير.

والاتصال عملية ديناميكية متغيرة وتحتوى على عناصر متعددة، وهى عملية معقدة، فإذا قلنا أنها عملية تتم فى نموذج خطى مستقيم "Linear" من المصدر إلى المستقبل^(٣) - أى من اليمين إلى اليسار إذا رسمناها بيانياً - فإن ذلك يعنى تبسيط كبير للأمور. ويمكن تشبيه عملية الاتصال وهى نقل رسالة من مكان ما وإعادة تقديمها فى مكان آخر بما تقوم به شركة تليفونات، فالشركة تقوم بعملية منفصلة معقدة وصعبة فى حين أن المشترك - أو العميل - يجرى اتصالاً تليفونياً لا يكلفه أى مشقة ويؤمن تعقيد.

(1) Schramm, 1973, op. cit., p.3

(2) - Rogers, 1973 op. cit. p. 44

- Berio, 1960 op. cit., pp. 23-25.

- Schramm, 1973 op. cit., p. 38.

(3) Juan Diaz Bordenave, New Approaches to Communication Training for Developing Countries. Louisiana, Baton Rouge, 1972.

هذا وأن نظرية الانتقال من النماذج الخطية المستقيمة إلى النظم "Systems" ترجع إلى الستينيات. وفي نفس هذا الوقت بدأت معظم العلوم الاجتماعية تنظر للاتصال على أنه نظام التفاعل في السلوك الإنساني^(١).

ومن ناحية أخرى فإن النماذج المستقيمة تعنى مفهوماً ميكانيكياً للاتصال. وهو مفهوم من شأنه أن يساعد على الفهم لسلطته وإن كان بعيداً عن الواقع، ذلك أن النموذج الخطي المستقيم قد يعنى رؤية أو توقراطية أى ذات نظرة من جانب واحد للعلاقات الإنسانية. وهى بهذا تعنى مصدراً قوياً ونشاطاً أمام مستقبل سلبي، كما تعنى إمكان وجود علاقة رأسية "Vertical relationship" يعمل فيها المصدر على توجيه سلوك المستقبل أو السيطرة عليه^(٢)، وعندئذ يصبح الاتصال مجرد أداة خاصة لتوجيه المستقبل بواسطة المصدر.

العناصر الرئيسية في عملية الاتصال

يمكن القول بصفة عامة أن عملية الاتصال تتكون من ستة عناصر^(٣) هى:
المصدر، الرسالة، الوسيلة الإعلامية، المستقبل، التأثيرات، رد الفعل ولا تختلف

(1) Rogers, 1973, op. cit., p. 45.

(2) Luis Ramiro Beltran, "La Problemática de la Comunicación para el Desarrollo Rural en América Latina" - paper, presented at the Inter-American Association of Librarians and Agricultural Information Specialists, Buenos Aires, 1972.

(3) Rogers, 1973, op. Cit., p. 45.

(4) See Berlo, 1960 op. cit., p. 73

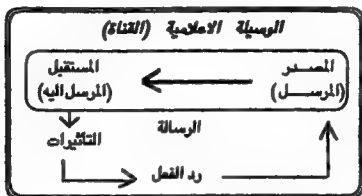
B. Westley and M. Maclean, - "A Conceptual Model for communication Research", - Journalism Quarterly, 1957, 34pp. 31-38.

Rogers, 1973, op. cit., p. 45

- Harold Lasswell, - "The Structure and Function of Communication in Society" in Wilbur Schramm, and Donald Roberts (eds) The Process and Effects of mass Communication, Urbana, University of Illinois press, 1971., pp. 84-94.

- Emery, 1970 op. cit., pp. 7-9.

عملية الاتصال المباشر بين الأفراد "Interpersonal" عنها بالنسبة للاتصال الجماهيري "Mass communication" وأيضاً فيما يتعلق بسلوكيات الاتصال فهي واحدة في كليهما .



شكل رقم ٢ العناصر الرئيسية في عملية الاتصال

١- المصدر "source"

المصدر هو منشئ الرسالة. وقد يكون فرداً أو عدة أفراد يعملون معاً، مثل فريق الأنباء في التلفزيون. وقد يكون المصدر أيضاً معهداً، أو مؤسسة، أو قادة مجتمع، أو مربين، أو أطباء ممارسين، أو أصدقاء أو أقارب. وهناك على الأقل ثلاث عوامل هامة يجب أن تؤخذ في الاعتبار عند اختيار أو تقييم المصدر. وهذه العوامل هي:

* الثقة في المصدر .

* مدى الاستمرار في تغيير الاتجاه مع مضي الوقت (نظراً لارتباطه بالثقة

في المصدر) .

* نوع المصدر المستخدم (رسمي أو غير رسمي).

- Claude Shannon and Warren Weaver, The Mathematical Theory of Communication Urbana, University of Illinois Press, 1949.
- Melvin De Fleur, Theories of Mass Communication, New York, David Mc. Kay Company, 1975, p. 94.

الثقة في المصدر "Source Credibility":

اكتشف هو فلاند وفايبر "Hovland and Weiss" ^(١) وكلمان وهو فلاند "Kelman and Hovland" ^(٢)، دراساتهم (تجربتهم) عن مصدر يعتقد به ومصدر الثقة فيه تسمية "High and low credibility sources" أن الأشخاص يحصلون على نفس القدر من المعلومات بغض النظر عن قيمة المصدر والثقة فيه. ومع ذلك فلقد كان حكم الأشخاص على العروض المتماثلة حكماً مختلفاً اعتماداً على مدى تقييمهم للمصدر.

ويلاحظ أن التفسير في الاتجاه الذي يتطلبه القائم بالاتصال إذا ما تم قياسه بعد التعرض مباشرة، يكون أقل نسبياً عندما تآلى اتصالات من مصدر لا يعتقد به وذلك إذا ما قورنت بمصادر يوثق بها بدرجة عالية وتؤثر على فاعلية الإتصال. وتوضح هذه الدراسات أن العدالة الواعية أو الأمانة المدركة مظهر هام من مظاهر الثقة في المصدر.

كما أن القصد الواعي للمصدر عامل آخر من العوامل التي لها صلة بالثقة في المصدر فهو ذو أهمية بالغة في نشر الأفكار المستحقة.

وتمنا دراسة رواستر وفستجر يبعث المعلومات غير المباشرة عن هذا الموضوع فتبين منها أن الاتصالات التي تتعلق بأمور بالغة الأهمية إذا ما نقلت إلى أشخاص دون علمهم المسبق بها - أي مصادفة - فإنها تحدث تغييراً أكثر في

(1) Carl Hovland and Walter Weiss, - "The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness", Public Opinion Quarterly, Vol. 15, 1951. pp. 635- 650.

(2) Herbert Kelman and Carl Hovland, - "Reinstatement of the Communicator in Delayed Measurement of Opinion Change"- Journal of Abnormal and Social Psychology Vol. 48, 1953 pp. 327-385.

إتجاهاتهم مما لو كان هؤلاء الأشخاص على علم بأن هذه الاتصالات وقد خطط لها تخطيطاً دقيقاً لكي تؤثر على إتجاهاتهم وآرائهم^(١).

وبينما نرى فايس، وفاين "Weiss and Fine" يؤيدان الرأي القائل بأن القصد المخطط المصدر أهل الثقة أقل أهمية من العدالة في عرض الموضوع، إلا أنه من واجب الفرد ألا يقلل من أهمية ذلك القصد المخطط (المدرك) للمصدر في نشر الأفكار المستحثة، مثل تنظيم الأسرة، والمليكة الزراعية^(٢).

مدى استمرار الاتجاه لارتباطه بالثقة في المصدر :

بناء على دراسات سابقة لهوفلاند "Hovland" أجرى لومسدين وشيفلد، وهوفلاند، وفايس "Lumsdain and Sheffield, Hovland and Weiss" تجارب لاختبار ما عرف فيما بعد على أنه التأثير النائم "Sleeper effect". لقد كشفت هذه الدراسات أن تغيير إتجاهات الأفراد كما أوصى به القائم بالاتصال تكون أكبر بعد انقضاء فترة زمنية على الاتصال عما لو كانت بعد الاتصال مباشرة^(٣).

ولقد اختبر هوفلاند، وفايس "Hovland and Weiss" في دراستيهما، هذه الظاهرة (التأثير النائم) باستخدام كل من مصدر الثقة فيه كبيرة (مصدر يعتد به) ومصدر الثقة فيه قليلة (مصدر لا يعتد به). وأوضحت نتائج إجابات المجموعتين أنه ليس هناك اختلاف معنوي في مقدار المعلومات الواقعية التي حصل عليها المستقبل بعد العرض مباشرة، بغض النظر عما إذا كانت مادة النبا صادرة من مصدر الثقة فيه كبيرة أو مصدر الثقة فيه قليلة. ومن ناحية أخرى كان المستقبل يغير

(1) Elaine Walster and Leon Festinger, - "The Effectiveness of Overheard Persuasive Communications"- Journal of Abnormal and Social Psychology, Vol. 65, 1962 pp. 395 - 402.

(2) Walter Weiss, "The Effect of Induced Aggressiveness on Opinion Change", Journal of Abnormal and Social Psychology, Vol. 52, 1956 pp. 109-114.

(3) Carl Hovland, Arthur Lumsdain and Fred Sheffield, Experiments on Mass Communication, Princeton University Press, 1949.

رأيه نحو الاتجاه المطلوب بشكل ملحوظ جداً كلما كانت المادة صابرة من مصدر الثقة فيه كبيرة، وذلك أكثر مما لو كانت صابرة من مصدر الثقة فيه قليلة. وأما في الحالات التي يتم فيها تذكر المادة فإنه لا توجد فروقاً معنوية بين الأشخاص الذين تعرضوا للمصادر التي يوثق فيها بدرجة عالية أو المصادر التي يوثق فيها بدرجة أقل^(١).

ومع ذلك فقد لوحظ بعد مضي أربعة أسابيع أن نسبة تغيير الرأي لدى من تعرضوا للمصدر الأكثر ثقة قد قلت. كما وجدوا، من ناحية أخرى، أن نسبة من غيرا رأيهم ممن تعرضوا للمصدر الأقل ثقة قد ارتفعت، وهو ما سماه المؤلفان «التأثير النائم - Sleeper effect». وبكلمات أخرى فإن كلا من التأثيرات الإيجابية والسلبية الناتجة من الاتصال اتجهت إلى الاختفاء بعد عدة أسابيع.

وأضاف الباحثان التفسير التالي لظاهرة التأثير النائم: يتأثر التغيير في الرأي بكل من التعظيم والتقبل. ومن المعتقد أن الأفراد ربما يشكون في بادئ الأمر في نوايا المصدر. وعادة فإن الاتصال يهمل إذا لم يمكن هناك إيمان في أن المصدر أهل للثقة. ومن ثم فإنه في مثل هذه الحالات يمكن ألا يكون هناك تغيير في الرأي بصورة مباشرة من جانب الفرد. ومع ذلك فإنه بعد مضي فترة من الزمن يميل الفرد إلى فصل المضمون عن مصدر الاتصال، ويعتمد يمكن أن يتذكر ويتقبل ما وصل إليه من معلومات.

والحالة العرجة للتأثير النائم هي نسيان المصدر. ويفترض المؤلفان أنه ربما تكون هناك ظروف معينة يمكن أن تزيل التأثير النائم، فمثلاً يمكن تذكر المستقبل مرة أخرى بالمصدر. وقد تكون هناك ظروف أخرى مثل أن يكون المصدر والوضع الذي يليه على علاقة وثيقة حتى نوع المصدر لأن ذكر أحدهما يذكر بالآخر.

(1) Hovland and Weiss, 1951, op. cit.

نوع المصدر :

يستخدم، عادة، في الاتصال نوعان من المصادر: مصدر رسمي ومصدر غير رسمي^(١). والمصدر الرسمي هو ذلك المصدر الذي يكون مسئولاً عن المبادرة بالاتصال بحكم دوره المحدد أو المعين أو يقتضيه مكانه الرسمي، مثل القائم بالاتصال في مجال الأفكار المستحقة لتنظيم الأسرة. وقد يكون المصدر الرسمي طبيياً أو ممرضاً أو قابلة أو عاملة في تنظيم الأسرة أو منظم جماعة أو وكيل تجارياً أو معلماً أو واعظاً دينياً.

والمصدر غير الرسمي، من ناحية أخرى، هو ذلك الذي يبادر بالاتصال أو يؤثر على اجتماعات أو آراء التغيير خلال التفاعل الطبيعي من يوم إلى يوم بين الأفراد، فهذا المصدر إذن ليس مكلف للقيام بمثل هذا الدور. ويمكن إدراج الأصحاء والأقارب والجيران وقادة الرأي تحت هذا النوع.

وكلا النوعين من المصادر يلعب دوراً هاماً في التأثير على تقبل الفرد، أو تبني أي فكرة مستحقة.

٢- الرسالة "Message"

الرسالة هي المنب الذي ينقله المصدر إلى المستقبل وهي أساس عملية الاتصال كلها، وهي الفكرة التي تنتقل إلى مستقبل الرسالة.

والمعاني "Meanings" هي معلومات (آراء وصور وأفكار) يعبر عنها في شكل رموز.

وحتى يتم الاتصال ، لا بد أن يكون لدى المصدر المستقبل درجة ولو قليلة من الخبرات السابقة وأن يكون هناك مستوى ما من التشابه ومستوى من المعاني المشتركة. ويمكن القول أنه يصعب ، عادة ، وجود شخصان لهما بالضبط نفس الخبرات^(٢) . ومن ثم ، فإن رموز الرسالة لها معاني مختلفة نوعاً ما عند المستقبل

(1) Kar, 1975 op. cit., p. 26.

(2) Schramm, 1961 , op. cit., p.4.

والمصدر . وفصلا عن هذا . ويرجع الفضل في التوصل ، في كثير من الاحوال إلى اقتراضات خاطئة من جانب المصدر والمستقبل حول مطابقة معنى الرموز التي يتبادلانها ^(١) .

والمعاني نسبية وذاتية.. وقد دعت هذه الحقيقة بيرلو "Berlo" إلى أن يقول أن المعاني في الناس وليست في الرسالة ^(٢) . وقد قصد بذلك أن الكلمات لا معنى لها في حد ذاتها ، وأن هذه المعاني لا يدركها إلا المصدر والمستقبل وحدهما .

والمضمون الرمزي للرسائل يحوى معلومات تعرف على أنها تغيير في احتمال أن يكون هناك اختيار معين سيتم على موقف معلوم.

وهناك خصائص متعددة للرسالة التي تؤثر في عملية الاتصال نذكر منها :

حجم الاتصال - تكرار الاتصال.

(١) حجم الاتصال :

يعرف الاتصال أنه الحجم الإجمالي للمعلومات ومجال المضمون الذي تغلظه هذه المعلومات. وحجم الاتصال الذي يتلقاه الفرد يمكن أن يؤثر على وقع إتصال ما عليه. هذا والمعلومات القليلة جداً قد لا تجيب على أسئلة المستقبل، كما أنها من الممكن أن تؤثر على رفض علم مقترح. وعلى العكس من ذلك، فإن المعلومات الكثيرة قد لا تكون مترابطة بصورة كافية في الجهاز الإدراكي للمستقبل بل وقد تعمل على يلباته ^(٣).

(1) Berlo, 1960, op. cit., pp. 169-216.

Schramm, 1961. op. cit., p. 7.

(2) Berlo, 1960. op. cit., p. 214.

(3) Kar op. cit., 1975 p. 32.

وقد ألقى واضعوا نظريات التعلم بعض الضوء على مقدار المعلومات المحتجرة مع مضي الزمن^(١). وهناك تعميم يمكن أن يطرح وهو أن الأفراد يميلون إلى نسيان غالبية تفاصيل إتصال ما، والنتيجة الخالصة هي الاحتفاظ بقر محدود من المعلومات التي تتلخص في صورة قصيرة ومختصرة. ويؤكد ألبورت وپوستمان "Allport and Postman" في دراستهما أن هذه الموازنة "Leveling" أو اختصار التفاصيل هي من الناحية النفسية عملية مستهففة وأيسر عملية عشوائية. وأما إذا كانت هناك أجزاء من اتصال معين تحظى باهتمام خاص عند فرد من الأفراد وتتفق مع توقعاته فإنها لا تخضع للموازنة، أي أن الفرد يحمل منها على تفاصيل أكثر.

وبالإضافة إلى الموازنة تحدث أيضاً عملية التركيز (إبراز) "Sharpening" أو التأكيد الانتقائي على احتجاز عند محدود من التفاصيل. وكما هو الحال مع الموازنة، فإن التركيز ليس بالعملية العشوائية أيضاً، فالكلمات أو العبارات غير العادية أو التي تسترعى الانتباه تميل إلى التركيز.

وفي عملية التركيز نجد أن ذكر الأرقام المتعلقة بموضوع معين تجعلنا نتذكر مضمون هذا الموضوع بتركيز ووضوح بدرجة أكبر فيما لو لم نذكرها.

إن عمليتي الموازنة والتركيز متغيران هامين يؤثران على الواقع النهائي لاتصال معين على مستقبل مستقل تمام الاستقبال عن العود الذي تلعب الوسيلة سواء كانت هذه الوسيلة من وسائل الإعلام الجماهيرية أو من الاتصال المباشر بين الأفراد.

(1) - Gordon Allport and Leo Postman, *The Psychology of Rumor*, New York; Holt, Rinehart and Winston, 1947.

- Gordon Allport and Leo Postman, - "The basic psychology of Rumor" in Schramm, (eds) 1961, op. cit., pp. 141-155.

(ب) تكرار الاتصال "Frequency of Communication":

إن التكرار الذي تعرض به رسالة معينة، أو نوع من الرسائل، يحدد أيضاً فاعلية الاتصال. والمعتقد هو أن التكرار المألوف لرسالة معينة يعد أسلوباً فنياً (تكتيكياً) ناجحاً للإقناع في نظر كثير من خبراء الإعلانات^(١). ومع ذلك فإن «كلاب» يؤكد - كما نستخلص من نقده لحملات الإقناع الأكثر نجاحاً - أن تكرار نفس الرسالة قد يثير فقط سخط الجمهور، ولكن التكرار مع بعض التغيير في الرسالة يعتبر تكتيكاً أكثر فاعلية. وتفسير مضمون الرسالة يخضع الفرض في تنكزة المستقبل بالموضوع العام الذي يمكن أن يمس احتياجات ورغبات الفرد التي تتفاعل داخله^(٢). وباختصار فإن التعرض المتكرر للاتصالات المتنوعة يدعم الاتجاه نحو سلوك معين إلى من هم مهيلون لذلك الاتجاه.

٢ - الوسيلة : (القناة Channel)

ويمكن تعريف الوسيلة أو القناة بأنها الوسيلة التي تنقل خلالها رسالة ما من مصدر إلى مستقبل. وتضم هذه الرسالة، عادة، فئتين:

(أ) الاتصال الجماهيري.

(ب) الاتصال المباشر.

وسنحاول فيما يلي أن نبين المتغيرات الهامة في كل منها:

(1) Donald Cox, "Clues of Advertising Strategists," in Lewis Dexter and David White (eds) *People, Society and Mass Communication*, London, The Free Press of Glencoe, 1964, pp. 359 - 393.

(2) Joseph Klapper, "Mass Media and Persuasion", in Wilbur Schramm, 1961, op. cit., pp. 289 - 320.

١- الاتصال الجماهيري *Mass Communication* :

يهم أن نوضح أن الاتصال البشري بأكمله ليس هو مجال دراستنا فهو مجال واسع، إذ أنه يمتد ابتداء من الأساليب التي تنقل بها الرسائل في المجتمعات البشرية بطريقة أولية متدرجة إلى أكثر الوسائل الإلكترونية تعقيداً. ومن ثم فإننا اخترنا جزءاً يسيراً - من الاتصال - له أهميته، وهو الجزء المتعلق بالاتصال الجماهيري، وفقاً لما أوضحناه في أول الكتاب.

ويعرف الاتصال الجماهيري على أنه عملية يوجه عن طريقها الاتصال، في وقت واحد، إلى مجموعات واسعة وغير متجانسة من الناس وبشكل جماهيري.

وتوصف أية وسيلة إعلامية يمكن استخدامها لمثل هذا الغرض بأنها وسيلة اتصال جماهيرية^(١). ومن بعض هذه الوسائل الراديو والتلفزيون والسينما والصحف والكتيبات والملصقات وغيرها من المطبوعات. وتبعاً لطبيعة هذه الوسائل الإعلامية فإنه كثيراً ما يشار إليها على أنها وسائل إعلامية ذات اتجاه واحد أي تؤدي الاتصال من جانب أحد.

وهناك شرط أساسي للتعرض للوسيلة الإعلامية هو ضرورة إتاحة "Availability" هذه الوسيلة الإعلامية^(٢). وكما هو متوقع، يلاحظ أن أعظم تركيز لوسائل الإعلام الجماهيرية يكون عادة لدى النول الصناعية الأكثر تقدماً. وكذلك بين الطبقات الاجتماعية المميزة. ومن ثم، فإن الوسائل الإعلامية المختارة قد تحدد إلى حد كبير التعرض المحتمل وقوة الرسالة. والافتقار النسبي لسهولة الوصول إلى وسائل الإعلام الجماهيرية في البلدان الأقل تقدماً وفي الطبقات الاجتماعية غير المميزة، يقف عقبة خطيرة في اتساع انتشار فاعلية استخدام هذه الوسائل الإعلامية.

(1) Wright, 1959, op. cit., p. 7.

(2)- Schramm, 1961, op. cit., pp. 74-75.

- Elihu Katz, and Paul Lazarsfeld, *Personal Influence:*

The Part Played by People in the Flow of Mass

Communication. Glencoe III; The Free Press, 1955, op. cit., p. 21.

كذلك فإن معرفة القراءة والكتابة "Literacy" عامل هام أيضاً يؤثر على فاعلية استخدام بعض وسائل الإعلام الجماهيرية. هذا ويلاحظ أن نسبة معرفة القراءة والكتابة لدى كثير من شعوب العالم هي نسبة منخفضة بصورة ملموسة. وبمضلا عن هذا فإن معرفة القراءة والكتابة تختلف اختلافاً بيناً وفقاً للطبقة الاجتماعية والجنس، والعنصر، ومحل الإقامة - الحضر أو الريف .

أما الاتصال المطبوع أو المكتوب فإن فائدته محدودة جداً في معظم المجتمعات الريفية في البلدان الأقل تنمياً^(١).

وهناك متغير ثالث له خطورته يجب أن يؤخذ في الاعتبار وهو التعرض المتباين "Differential exposure" لكل وسيلة على حدة.

ومن بين مختلف الدراسات يبرز خط واحد عام هو أن الراديو يتجه إلى أن يكون له الوقع الأكبر والدور الأكبر، خاصة في الشعوب النامية، وغالباً ما تكون قراءة الصحف هي الوسيلة الإعلامية التي تلي الراديو من حيث سعة الانتشار. وأما الأفلام والكتب فيجئ ترتيبها، إلى حد ما بعدهما^(٢). وفي بعض البلدان الأقل نمواً يصبح التلفزيون تدريجياً وسيلة إعلامية قوية من وسائل الإعلام الجماهيرية. خير أن بعض الدول لا تترك أحياناً فعالية هذه الوسيلة في التنمية - وهذا مرده أساساً إلى قلة الدراسات الحقة في هذا المجال.

وهناك أنماط عامة أخرى جديدة بالملاحظة في هذا السبند:

(أ) يتجه، عادة، استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية إلى الزيادة مع ازدياد التعليم والحالة الاقتصادية.

(ب) إن الشخص الذي يستخدم وسيلة من وسائل الإعلام الجماهيرية أكثر من المعتاد قد يستخدم وسائل الإعلام الأخرى فوق المعدل المعتاد أيضاً .

(1) Kar, 1975, op. cit., p 29.

(2) United Nations Statistical Yearbook 1970, New York: United Nations, 22nd Issue 1971, pp. 794 -795 and pp. 802 - 806.

(ج) يتجه، عادة، استخدام الوسائل الإعلامية إلى الزيادة مع التقدم في العمر (على الأقل حتى بلوغ منتصف العمر). واستثناء من هذا التعميم هو التردد على دور السينما الذي قد يقل بعد سنوات البلوغ.

(د) سكان الحضر أكثر استخداماً للوسائل الإعلامية عن نظائهم، في السن والتعليم والجنس، من سكان الريف^(١).

والمناقشة السابقة من وجود وسيلة إعلامية، ومعرفة القراءة والكتابة، والتعرض المتعدد المتباين، والتتبع الواسع في استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية، تدل على أهمية الانتقاء الدقيق لوسائل الإعلام الذي يجب أن يتم على ضوء معرفة قدرة الوسائل الإعلامية المختلفة على التأثير على الجماهير المستهدفة.

نظرية حارس البوابة "Gatekeeper":

يتألف الاتصال الجماهيري داخل المجتمع من شبكات معقدة وتسلسلات طويلة من المرسلين والمستقبلين. وإست هناك خاصية أكثر تمييزاً للاتصال العصري من تلك التسلسلات الطويلة - مثلاً التسلسلات أو الشبكات التي تأتي بالأنباء عبر العالم وهناك خاصية بالغة الأهمية تتميز بها هذه التسلسلات وهي أن كل شخص في هذا التسلسل باستثناء الأول والأخير هو حارس البوابة الإعلامية^(٢). وأول من استخدم هذا التمييز هو لوين "Lewin" الذي أسهم في علم النفس الاجتماعي^(٣). وتعتمد وسائل الإعلام الجماهيرية من بين حراس البوابات الرئيسية في سريان المعلومات في المجتمع. وفي إمكان حارس البوابة أن ينقل الرسالة أو لا ينقلها كيفما شاء. كما يمكنه أن يسقط جزءاً منها أو يضيف شيئاً إليها. ولذلك فهو يتمتع بسلطة قوية على الرسالة وعلى معلومات كل من يأتي بعده في التسلسل. وإذا أخذنا في

(1) Schramm, 1961, op. cit., pp. 82 - 83 .

(2) - Wilbur Schramm, (ed), Mass Communication (2nd ed)
Urbana Ill., University of Illinois press, 1960, pp. 175-177.
- Wilbur Schramm, 1973, op. cit., p. 14.

(3) Kurt Lewin, "Channels of Group Life" Human Relations, Vol. 1, No. 2. 1941 , p. 145.

اعتبارنا عدد حراس البوابات الإعلامية الذين يتدخلون مثلاً بين نبأ عن حادث في آسيا إلى أن ينشر في جريدة ما على الجانب الآخر من العالم سوف نذهش من عدد الأخطاء أو الحذف الذي يحدث عليه^(١).

إذن فإن حارس البوابة - بحكم منصبه - يسيطر على المعلومات المتاحة له فهو يسيطر على ما نقرأ ونسمع داخل البلاد كما أن له تأثير في الاتصال الدولي مما يساعدنا في تحديد وجهة نظرنا عن هذا العالم.

ولقد أجريت دراسات قليلة على هؤلاء الحراس، كما أجريت دراسات على أصحاب القدرة على التأثير بالنسبة لغيرهم من الناس. وخمن من قام بهذه الدراسات ميرتون "Merton" الذي قام بدراسة ميز فيها بين المواطنين المنفتحين على العالم "Cosmopolitans" والمتخصصين في الإعلام من خارج المجتمع، وبين الحليين المتخصصين في المعرفة والاتصالات داخل المجتمع^(٢).

ويلعب حراس البوابات بصورة واضحة، دوراً من أكثر الأنوار أهمية في الاتصال الاجتماعي.

(ب) الاتصال المباشر Interpersonal Communication :

يمكن أن نعرف الاتصال بين الأفراد بأنه عملية يشترك فيها القائم بالاتصال والمرسل إليه وجهاً لوجه. ومن أمثلة ذلك: اللقاءات الجماعية والاستشارات التي تعقب اللقاءات والمقابلات، والحلقات الدراسية، والمؤتمرات، والمحادثات اليومية بين الأفراد. واستخدام هذه الوسائل المباشرة يتميز بأنه اتصال عبر طريق له اتجاهين "Two way communication" وله رجوع فوري سريع. ولهذا أهمية خاصة في

(1) David White, - "The Gatekeeper : A Case Study in the Selection of News", in Dexter and White, 1964, op. pp. 160 - 172.

(2) Robert merton, Social Theory and Social Structure, New York, The Free Press, 1957.

التأكد من ضمان فهم الاتصال، وفي اكتشاف وجود عوائق في الاتصال من عدمه، وفي تحليل النوافع المتصارعة التي لها علاقة ببنى الأفكار المستحثة، وتضاف إلى ذلك ميزة أخرى وهي أن الحوار عبر الطريق ذو الاتجاهين "Two way dialogue" يتيح فرصة للمصدر أن يساعد في السيطرة على العمليات الانتقائية Selectivity processes داخل عقل المستقبل.

ومن ناحية أخرى فإن الاتصال بين الأشخاص سواء أكان في صورة جماعية أو بين الأفراد، يتضمن في المادة حواراً عبر طريق ذي اتجاهين "Two way dialogue" وبالنسبة للجماعة فإنه يكون أكثر فاعلية في تغيير الاتجاهات والسلوك من الاتصال ذي الاتجاه الواحد "One way communication" (١).

وللأغراض التحليلية فإنه غالباً ما يقسم الاتصال الجماهيري والاتصال بين الأفراد إلى قسمين. ومع ذلك فإنه في معظم التكوينات الاجتماعية الطبيعية نادراً ما يكون أحد هذين النوعين من الاتصال لا وجود له تماماً (بالرغم من أنهما قد يختطان في التوقيت، وفي نوع الناس اللذين يؤثران عليهم، وفي نتيجة هذا التأثير). ومن ثم، فإن التفاعل بين هذين النوعين من الاتصال ووقوعهما التسمي - وليس تأثيرات أي منهما في حالة عدم وجود الآخر كلية - هو المجال الأكثر ملاحظة لدراستنا هنا. والواقع النسبي إلى جانب طبيعة التفاعل بين هذين النوعين من الاتصال كأننا مجالاً رئيسياً للبحث من جانب الذين يهتمون بعملية التغيير الاجتماعي.

-
- (1) - Kurt Lewin, "Forces behind Food Habits and Methods of Change", Bulletin of the National Research Council, No. 108, 1943, pp. 35-65.
 - Beryl Roberts et al., "An Experimental Study of Two Approaches to Communication", American Journal of Public Health, Vol. 53, No. 9, Sept. 1963, pp. 1361 - 1381.
 - Donald Bogue (ed) Mass Communication and Motivation for Birth Control, Chicago : Community and Family Study Center, University of Chicago, 1967.

وقد كشفت إحدى الدراسات الرائدة والتطبيقية في هذا المجال^(١) إنه عند مقارنة وسيلة الاتصال الإعلامي بالاتصال المباشر نجد أن هذا الأخير له أثر أكبر بين الأفراد، وخاصة في التأثير على الآراء السياسية وفي الآراء عند الانتخابات. وقد أدت هذه الدراسة، ودراسات مماثلة إلى الاتفاق على أنه في الوقت الذي قد تكون فيه وسائل الإعلام أكثر فاعلية في نشر المعلومة إلى عدد كبير من الناس، نجد أن الاتصال الشخصي بين الأفراد أكثر فاعلية في التأثير على الاتجاهات والرأي والسلوك.

الخصائص المميزة للاتصال المباشر :

إن بحوث الاتصال تؤكد الحقيقة القائلة بأنه في عملية اتخاذ القرار يبدو الاتصال المباشر مؤثراً قوياً نحو التغيير أكثر مما تستطيع وسائل الإعلام وذلك عندما يتواجد كلا التأثيرين معاً. ولكن لماذا يعتبر الاتصال المباشر وسيلة إقناع أكثر فاعلية من وسائل الإعلام.. في دراسة عن السلوك الانتخابي انتهى لازارسفيلد "Lazarsfeld" وآخرون، إلى خمس خصائص تميز الاتصال المباشر قد تجعله أكثر فاعلية^(٢) هي:

١- الاتصالات المباشرة عارضة أكثر من وسائل الإعلام وتبدو أقل هادفة منها وهي أصعب في تقلديها من وسائل الإعلام. ومعظم الناس يميلون بشدة إلى انتقاء وسائل الإعلام وتجنب المواد التي قد تكون مثيرة أو غير متفقة أو متعارضة مع آرائهم الخاصة. ولكن في الاتصال المباشر يقل احتمال توقع الناس لمحتواه مما يؤدي إلى صعوبة تقليده.

٢ - كثير من الناس يميلون إلى الثقة في آراء ووجهات نظر الأشخاص الذين يعرفونهم ويحبونهم أكثر من ثقتهم في مصادر وسائل الإعلام.

(1) Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson and Hazel Gaudet, 'The People's Choice', New York, Columbia University Press, 1948.

(2) Katz and Lazarsfeld, 1955, op. cit. p. 185.

٣- يؤثر الاتصال المباشر في الناس، ليس فقط من خلال ما يقال وإنما أيضاً من خلال الرقابة الشخصية حيث تكون أهمية المصدر مثل أهمية المحتوى نفسه. وقد ذكر لازرسفيلد بأن الناس يستطيعون جذب بعضهم البعض إلى أنشطة متنوعة نتيجة لعلاقاتهم الشخصية، وعلى ذلك فإن تأثيرهم ينحسب إلى أبعد من محتوى اتصالهم. وكذلك فإن العلاقة الشخصية تستطيع، أحياناً، أن تؤدي إلى حصول الفرد على مكافآت نتيجة لقبوله رسالة معينة أو تؤدي إلى العكس بأن تزيد من العقوبات التي قد تلحق به نتيجة عدم قبوله الرسالة.

٤ - توجد مرونة أكثر في الاتصال المباشر، فعندما يلقي المرسل مقالومة من المستقبلين فإنه يغير اتجاه المناقشة ليمتشي مع ردود أفعالهم فيستطيع التأثير فيهم.

٥- من خلال الاتصال وجهاً لوجه يستطيع المرسل أحياناً، أن يحقق هدفه بدون أن يفتح المستقبل بوجهة نظره وذلك إذا كانت له (المرسل) مكانة عند المستقبل.

نظرية سريان الاتصال على مرحلتين

في القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين اعتقد الباحثون الأوائل في الاتصال الجماهيري أن وسائل الإعلام أدوات قوية في التأثير على اتجاهات الأفراد وسلوكهم، حيث كان لوسائل الإعلام تأثير قوي في نشر دعايات الحرب بصورة خاصة. كما كانت للنظريات الاجتماعية والنفسية في القرنين التاسع عشر والعشرين دور في تكوين إطار مفاهيمي نظري نموذج الحقنة التي تملى تحت الجلد "Hypodermic Needle Model" والتي أطلق عليها أيضاً نظرية نموذج التأثير المباشر "Direct Effects" لوسائل الإعلام.

وتضمن نموذج الحقنة التي تملى تحت الجلد أن رسائل ووسائل الإعلام هي المؤثر الذي يحرك المواقف الداخلية والمواقف والدوافع التي تكون سيطرة الفرد الإرادية عليها قليلة أو ضئيلة. وبسبب وحدة تلك الدوافع الموروثة فقد كان من المعتقد أن كل إنسان يستجيب بصورة موحدة لرسائل ووسائل الإعلام التي تشير فيه

الحواجز الكامنة والعواطف. كما كان الاعتقاد السائد أيضاً أن الفرد معزول نفسياً عن المجتمع، وإذك فلم يؤخذ في الاعتبار أن الرقابة الاجتماعية عامل مهم في إستجابة الفرد لوسائل الإعلام.

بعض نواحي القصور في نظرية الاتصال المباشر :

لقد أصبح نموذج سريان المعلومات على مرحلتين نظرية مثمرة في بحوث الاتصال. وهذه النظرية ساعدت على تركيز الانتباه على دور وسائل الإعلام والاتصال المباشر. وبالرغم من ميزات هذا النموذج وأهميته، إلا أنه يشوبه بعض القصور كما يلي:

١ - تجاهل النموذج حقيقة هامة وهي أن قدراً كبيراً من المعلومات يسرى مباشرة من وسائل الإعلام إلى الجماهير بكثير مما يسرى عن طريق الوسطاء. ولقد وجد كل من هاريك والغطيب وشاهيناز طلعت في دراساتهم^(١) في قرى مصرية مختلفة أنه كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام كلما كان الحصول على المعلومات مباشراً، وبكميات أخرى فإن دور الوسطاء في نشر المعلومات قد يقل كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام.

٢ - لا يوجد تمييز واضح بين مسألة التأثير على الآخرين في اتخاذ القرار وأنماط نشر المعلومات. وفي هذا الخصوص فقد ذكر كاتز "Katz" أنه ربما تحصل التأثيرات الناشئة عن وسائل الإعلام أولاً لقادة الرأي الذين يتلقون بدورهم ما قرأوه أو سمعوه إلى رفاقهم الدائمين الذين يثقون فيهم. وبهذه الصورة فإن الافتراض يوحى بأن قادة الرأي يخبرون بعض الأفراد ولكنه لا ينكر إمكانية حصول غالبية الجماهير على المعلومات مباشرة من وسائل الإعلام. وعلى ذلك فإن مسألة التأثير على الآخرين في اتخاذ القرار ينبغي أن تكون واضحة ومميزة عن مسألة نشر المعلومات.

٣ - ينسب النموذج طبيعة نشطة لقادة الرأي في البحث عن المعلومات وأخرى سلبية لباقى الجماهير. وي طرح روجرز "Rogers" تلاماً أدق للحقيقة يمكن أن يكون

(١) انظر الباب الثاني من هذا الكتاب.

نموذجاً يشير إلى أن قادة الرأي قد يكونوا نشيطين أو سلبين، إذ أنهم في بعض الأحيان يقصدون اتباعهم لإعطائهم النصيحة، وفي أحيان أخرى يتوجه الاتباع إلى قادة الرأي طلباً للنصيحة، ومن ثم فإن قادة الرأي غالباً يلعبون دوراً نشطة وسلبية على السواء في الاتصال .

٤- إن القول بأن عملية سريان المعلومات تتكون من مرحلتين فقط هي نظرة غير واقعية في وصف ما يحدث. قد يتم السريان على مرحلة واحدة أو على مرحلتين أو على عدة مراحل. وقد تكون سلسلة التأثير والمعلومات طويلة بدرجة ملحوظة.

٥- يقسم النموذج المجتمع إلى قسمين: قادة الرأي واتباعهم. بينما ينبغي أن نفهم قيادة الرأي على أنها متغير مستمر. إذ توجد عدة درجات ومستويات لقادة الرأي. فبعضهم قوى ومقبول جداً وبعضهم ليس كذلك. وهؤلاء القادة يتواجهون، تبعاً للمعرفة التي يتوقع وجودها لديهم، بأعمار مختلفة وفي كل مستويات المجتمع ودرجاته. وعلاقة على ذلك فإن كثيراً «من غير القادة ليسوا أتباعاً للقادة».

٦- كذلك فإن ما قيل عن قادة الرأي من أنهم يتلقون المعلومات من وسائل الإعلام ويمرّونها، ثبت أنه مفهوم بدائي. فلقد وجدت مؤثرات تعقيد بأن قادة الرأي يحصلون على معلوماتهم من مصادر أخرى غير وسائل الإعلام. ووجد روجرز أن قادة القرى في الدول النامية، حيث وسائل الإعلام قليلة أو نادرة، يحصلون على معلوماتهم من قنوات أخرى مثل الرحلات الشخصية إلى المدن والمصادقات مع المسؤولين من التغيير، وغيرها. والقنوات التي يعتمد عليها قادة الرأي في الحصول على المعلومات تتوقف على بعض الاعتبارات مثل طبيعة الرسالة، وأصلها، وموقع قادة الرأي في النظام الاجتماعي.

٧ - إن الدور التفاضلي بين قادة الرأي والاتصال المباشر من ناحية ووسائل الإعلام من ناحية أخرى مرفوض. إذ بينما تخلق وسائل الإعلام الإدراك والمعرفة فإن الاتصال المباشر يعمل على تبني القرار وتغيير الاتجاه. إن النموذج الأصلي لسريان الاتصال على مرحلتين لم يبين دور القنوات المختلفة للاتصال في المراحل المتعددة لعملية اتخاذ القرار بشأن الأفكار المستحدثة. فمثلاً يستعمل قادة الرأي

والاتباع قنوات الإعلام في مرحلة المعرفة والإدراك وفي مرحلة التمييز. بمعنى أن قادة الرأي ليسوا وحدهم الذين يستخدمون وسائل الإعلام، كما تشير بذلك الفقرة الأصلية التي تصف نموذج مريان الاتصال على مرحلتين، وإنما يستخدمها أيضاً الأتباع.

ويمكن أن نخلص مما تقدم أنه يستدل من معنى البحوث عن نشر الأفكار المستحدثة (أو التجارب الجديدة) أن تلك الأفكار والتجارب تنتشر وسط الجماعة من خلال عملية متعددة المراحل⁽¹⁾، وأن الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي بين الأفراد يلعبان دورين مختلفين اختلافاً بيناً ولكنهما مكملين لبعضهما البعض. وبغضاً من هذا فإن الدراسات حول انتشار التغييرات⁽²⁾ تشير إلى أن الذين يتقبلون أي تغيير يمكن أن يدرجوا في عدة مجموعات وفقاً لقبولهم التغيير مبكراً أو مؤخراً، وأن كل من يتقبل تغييراً يمر بعملية نفسية متعددة المراحل قبل تبني أو رفض هذا الجديد. وتوضح الدراسات أكثر من هذا، أن الفئات المتعددة من هؤلاء يختلفون تبعاً لاحتياجاتهم الاجتماعية والاقتصادية والنفسية، وأن وسائل الإعلام والاتصال المباشر يؤثران على مختلف هذه الفئات بدرجات متفاوتة.

وأخيراً، فإنه في الوقت الذي نجد فيه أوائل المتبنين للأفكار المستحدثة هم الأكثر تأثراً بوسائل الإعلام، نجد الغالبية من بقية فئات المتقبلين للأفكار المستحدثة

(1) See Bryce Ryan and Neal Gross, "The Diffusion of Hybrid Seed Corn in Two Iowa Communities", *Rural Sociology* Vol. 8, March 1943, pp. 15-24.

- James Coleman, Elihu Katz and Herbert Menzel, "The Diffusion of Innovation among Physicians", *Sociometry*, Vol. 20, No. 53, 1957, pp. 253-270.

- Elihu Katz, "The Social Itinerary of Technical Change: Two Studies on Diffusion of Innovation" ; *Human Organization*, Vol. 20 No. 2, 1961, pp. 70 - 82.

- Rogers and Shoemaker, 1971, op.cit. 205.

Ronald Havelock, *Planning for Innovation*, Ann Arbor, Mich.: The University of Michigan, ISR, 1971.

(2) Rogers and Shoemaker, 1971, op. cit., p. 252

- Rogers, 1973, op. cit., p. 45.

أكثر تقرأ بمسائل الاتصال المباشر بين الأفراد وأنهم أساساً أكثر تقرأ بنظرائهم. ومن أهم التعميمات التي نتجت من الدراسات حول التأثير النسبي لمسائل الاتصال الجماهيرية والاتصال المباشر، ومن الدراسات حول انتشار الأفكار المستتعة. أنه عندما يكون الهدف الأساسي للاتصال هو نشر الخبر الواقعي بين مجموعة كبيرة من الناس بصرح ما يمكن، فإنه من المتوقع أن تكون وسائل الاتصال الجماهيرية أكثر كفاءة وأثراً، ومن ناحية أخرى إذا كان الهدف الأساسي للاتصال هو تغيير الاتجاهات والآراء والدوافع فإنه من المتوقع أن يكون الاتصال المباشر أكثر كفاءة. وطبقاً لهذا التعميم كان إلزاماً على مخطط الاتصال أن ينتقى بعناية واحداً من هذين السبيلين أو كليهما معاً، بحيث يكون هذا الاختيار قائماً على تحديد دقيق للأهداف الأساسية للاتصال وأنوع فئات المستقبلين الذين يوجه إليهم. هذا ويمكن القول أن الاتصال الجماهيرى يتضمن عمليات كثيرة جداً ولا يمكن التعبير عنه فى جملة واحدة.

٤- خصائص المستقبل

من الضروري أن نوجه اهتمامنا إلى الخصائص الملائمة للمستقبل باعتبار أنها تؤثر فى وقع الاتصال من أجل التنمية. وهذه الخصائص يمكن أن تنقسم إلى: خصائص ديموجرافية وخصائص سيكولوجية (نفسية) تتضمن: التعليم، الوظيفة، الدخل، العمر، العائلة، الدين، العنصر، الحالة الاجتماعية، مشاركة المرأة فى القوى العاملة، محل الإقامة (المضر أم الريف)، وجود ملكية زراعية من عدمه^(١).

(1) Otis Duncan, "Farm Background and Differential Fertility" Demography, Vol. 2, 1965, pp. 240-249.

N.B RYder, and Charles Westoff, Reproduction in the United States, 1965, Princeton, N.J.: Princeton University press 1971 pp. 53 - 134.

Charles Westoff, Robert Potter Jr., and Philip Sagi, Family Growth in Metropolitan America, Princeton, N.J, Princeton University Press 1961 pp. 163 - 281.

Kingsley Davis The Population of India and Pakistan, Princeton, N.J., Princeton University Press 1951, Ch. 10.-

وبالإضافة إلى الخصائص الديموجرافية، فإن المتغيرات السيكولوجية الاجتماعية التي لها دلالتها والتي تؤثر على الاستجابة للاتصال وعلى السلوك تتضمن: الاتجاه نحو الأفكار المستحدثة، أنماط ومستويات التطلعات، الكفاءة، الضغوط بالسيادة على البيئة، النظرة إلى المستقبل، التأقلم على القيم السائدة في المجتمع، والتفاعل الاجتماعي^(١).

٥- التأثيرات Effects

تثيرات الاتصال هي التغيرات في سلوك المستقبل التي تحدث نتيجة لنقل الرسالة. ومن ثم، فإننا عندما نتحدث عن الاتصال الفعال، فإننا نعني الاتصال الذي تتجم عنه تغييرات في سلوك المستقبل كان يقصدها المصدر. وهناك ثلاث تأثيرات رئيسية للاتصال هي:

١ - تغييرات في معلومات المستقبل.

S.J. Behrman, L. Corsa Jr., and R. Freedman, *Fertility and Family Planning: A world view*, Ann Arbor, Mich : The University of Michigan Press, 1969, Chs. 2, 2, 4, and 5.

(1) - See L. H. Day, and T. Day, *Too Many Children*, Boston, Mass Houghton Mifflin, Riverside Press, 1964.

- C.V. Kiser, and P. K. Whelpton, - "Resume of Indianapolis: Study of Social Psychological Factors Affecting Fertility" *Population Studies*, Vol. 7, No. 2, 1953 pp. 95-110.

- Lee Rainwater, *And the Poor Get Children*, Chicago, Quadrangle Books, 1960.

- Christopher Tietze, (ed) *Biography of Fertility Control 1950 - 1965*, New York : National Committee for Maternal Health, 1965.

- Snehendu Kar, "Individual Aspiration as Related to Early and late acceptance of Contraceptives", *The Journal of Social Psychology*, Vol. 83, 1971, pp. 84 - 102.

- Rogers, 1973 op. cit.

- James Fawcett, *Psychology and Population*, New York: The Population Council, 1970.

٢ - تغييرات في اتجاهات المستقبل توصف بأنها التنظيم الدائم نسبياً لما يعتقد الفرد، وهو ما تقصد به السلوك الكامن، أي الاتجاه الذي يمكن أن ينبأنا بالأعمال التي سيقوم بها الفرد في المستقبل ولكن ذلك لا يحدث دائماً (١).

٣ - تغييرات في السلوك الظني للمستقبل مثل إعطاء صوته في الانتخابات وشرائه للمتجات، واستخدامه لوسائل منع الحمل... إلخ.

هذه التغييرات الثلاث غالباً ما تحدث متتالية، بمعنى، أن تغييراً في المعلومات غالباً ما يسبق تغييراً في الاتجاهات، والذي يسبق بدوره تغييراً في السلوك (٢).

والفرض من الاتصال كما سبق أن ذكرنا هو تمهيد السبيل للتأثير في المستقبلين الذين تقصدهم المصادر. كما أن غالبية أبحاث الاتصال التي قام بها علماء الاجتماع كان الفرض منها، في معظم الأحوال دراسة تأثيرات الاتصال المؤدية إلى إتصال من المحتمل أن يكون أكثر فاعلية. وهذا لون من التقارب الذي يكون فيه عنصر (أو أكثر) من عناصر عملية الإتصال متحكماً حتى يمهّد السبيل لتأثيرات أعظم.

ونورد فيما يلي بعض الأمثلة في صورة توصيات عن الاتصال الأكثر فاعلية خاصة إذا كان قصد المصدر هو تغيير الاتجاهات:

- (١) تظاهرات رسالة ذات وجهة نظر واحدة مقابل رسالة ذات وجهتين :
- توضيح الرسالة ذات الوجهة الواحدة للمستقبل طلب المصدر، في حين أن الرسالة ذات الوجهتين توضح طلب المصدر وتعرفه أيضاً بالمواقف المعارضة عن الموضوع (٣).
- ومرض رسالة من وجهتين له أهمية خاصة عندما يكون المستقبلون:
- ١ - معارضين من البداية للمواقف المطلوب تغييره.

(1) Milton, Rodeach Beliefs. Attitudes and Values, San Fransisco : Jossey Bass, 1968.

(2) Rogers, 1973, op. cit., p. 49.

(3) - Wolfgang Koehler, Effects on Audience Opinion of Onesided and Two-Sided Speeches Supporting and Opposing a Propo-sition" in Thomas Beisecker and Donn Parson, The Process of Social Influence, New Jersey, Prentice Hall Inc. 1972, pp. 351-368.

- Carl Hovland, Arthur Lunadaine, and Fred Sheffield, "The Effect =

٢- مثقتين ثقافة عالية أو إخصائيين والنسبة الموضوع.

٣- من المحتمل أن يتعرضوا لعداوة مضادة بعد ذلك^(١).

(ب) تأثيرات إثارة الخوف :

تعرض رسالة إثارة الخوف النتائج الضارة التي قد يتعرض لها المستقبل إذا لم يذعن لتوصيات المصدر. وفي بعض الظروف يكون للرسالة التي تثير الخوف والتوتر بدرجة شديدة تأثيراً كبيراً عن الرسالة التي تثير الخوف بدرجة معتدلة، وخاصة:

١- إذا كان المصدر من نوى الثقة العالية.

٢- إذا كانت الرسالة مدعومة بالحقائق تقيماً قوياً.

٣- إذا كانت تهدد أمن المقربين إلى المستقبل (مثل أحد أفراد الأسرة) أكثر مما تهدد المستقبل نفسه^(٢).

ومع ذلك فإن استخدام إثارات الخوف من جانب المصدر هو في الواقع نوع من أنواع اللعب بالنار. إن الإثارة الانفعالية عن المستقبل قد تسبب إغفال مضمون الرسالة، كما أن عدم الرضى بالرسالة المثيرة للخوف قد يسبب عداوة تجاه المصدر أو الرسالة. ومن الخطورة بوجه عام استخدام تأثيرات الخوف في مضمون رسائل الإقناع.

of Presenting. "One-Side" versus Both Sides" in Changing Opinion on a Controversial Subject" in Wilbur Schramm, 1961, op. cit., pp. 261-274.

(1) Carl Hovland, Irving Janis and Harold Kelly, *Communication and Persuasion*, New Haven, Yale University Press, 1970 p. 110.

(2) Hovland, Janis and Kelly, 1970, op. cit., pp. 56-98.

- Irving Janis, "Effects of Fear Arousal on Attitude Change: Recent Development Theory and Experimental Research" in Beisecker, 1972, op. cit., pp. 271-276.

(ج) تأثيرات بيان النتيجة :

أجرى هوفلاند، وماندل "Hovland and Mandell" تجربة عن تأثير الرسالة على المستقبل في حالتين: إذا ذكرت النتيجة في الرسالة وإذا لم تذكر. ووجهت رسالة متماثلة لمجموعتين من المستقبلين^(١).

واكتشف الباحثان أنه عندما كانت النتيجة المحددة واضحة، قام أكثر من ضعف عدد المستمعين بتغيير رأيهم في الاتجاه الذي يوصى به القوائم بالاتصال. ومع ذلك، فإن مسألة تحديد النتيجة في الرسالة قد لا تكون دائماً ذات تأثير أقوى طالما أن هناك عدد من العوامل التي قد تؤثر في تغيير الاتجاه^(٢).

ومن هذه العوامل ما يلي:

(أ) الثقة في المصدر.

(ب) الذكاء ونوع الشخصية ومدى إدراك الجمهور للموضوع.

(ج) درجة تعقيد الموضوع.

(د) الموضوع الذي ترسم به النتيجة.

وقد أوضحنا فيما تقدم دور الثقة في المصدر. أما عن الذكاء فقد اكتشف تستلثويت وآخرين "Thistlethwaite" أن الذكاء دور في فاعلية تحديد النتيجة على التغيير^(٣). وقد أوضحت بياناتهم أن أفراد الجمهور الأقل ذكاءاً يظهرون تغييراً أكبر

(1) Carl Hovland and Wallace Mandel, "An Experimental Comparison of Conclusion-Drawing by the Communicator and by the Audience," *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 47, 1952, pp. 581-588.

(2) Hovland, Janis and Kelly 1970, op. cit., pp. 103-104.

(3) Donald Thistlethwaite, Henry de Haan and Joseph Kamenetsky, "The Effects of Directive and Nondirective Communication Procedures on Attitudes" *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 51, 1955, pp. 107-113.

في الرأي، عندما تكون النتائج المحددة واضحة، مما يفعله أمثالهم ممن يفوقونهم ذكاً. ولم يكن في استمالة الأبحاث التي جاءت بعد ذلك أن تؤكد هذه النتيجة فيما يتصل بدور الذكاء. وقد أشار باحثون آخرون في محاولة لتفسير هذه النتائج المتضاربة، إلى أنه ربما كان تعقد موضوع ما هو أيضاً عامل له أهميته في التأثير على فاعلية تمديد نتيجة ما (١).

(د) تأثيرات الاتفاق مقابل آثار الخلاف :

تقرر نظرية فيستنجر "Festinger" عن الخلاف الإدراكي، أنه إذا كان هناك عنصران متضادان في جهاز إدراكي، لا بد وأن يحدث توتر أو قلق (٢). وفي مثل هذا الموقف يحاول الشخص أن يستعيد التوازن ويحسم النزاع من طريق تغيير عنصر أو كلا عنصرَي الإدراك المتنازعين. ويشير فيستنجر إلى هناك طرق ثلاث للإقلال من الخلاف وهي:

(أ) إما أن يتم تغيير في عنصر أو أكثر من العناصر التي بينها خلاف.

(ب) أو أن يتم إضافة عناصر إدراكية جديدة متفقة مع أحد الإدراكين للوجوهين فعلاً.

(ج) وإما أن يقلل العنصر من أهمية العناصر المشتركة في علاقة الخلاف.

ولنأخذ تنظيم الأسرة كمثال. فرسائل تنظيم الأسرة قد خططت تخطيطاً تقليدياً بطريقة يقصد منها زيادة القوى الإيجابية أو تأكيد المنافع الإيجابية من الأسرة الصغيرة. وتظهر أسئلة هامة هنا: "هل يؤدي تنظيم الأسرة إلى وجود هذا الخلاف في الجهاز الإدراكي؟"، "هل يساعد تنظيم الأسرة على حسم خلاف قائم في الجهاز الإدراكي؟". ويشير برهم "Brehm" إلى أنه إذا كانت المعرفة الأصلية والمعرفة التي أخذت حديثاً في علاقة خلاف، إذا كانت كلتاها في مقاومة شديدة

(1) Hovland, 1970, op. cit., p. 104.

(2) Leon Festinger, A Theory of Cognitive Dissonance, Evanston Ill.
: Row Peterson, 1957.

التغيير، فقد يقل الفرد من الخلاف بإضافة عناصر إلى جهازه الإدراكي ليدعم وضعه الأصلي. ومن ثم فإنه في هذه الحالة قد يؤدي إدخال معلومات معارضة لفكرة تنظيم الأسرة إلى الجهاز الإدراكي للفرد إلى نتيجة عكسية بسبب إقامة حصون سيكولوجية لدعم الاتجاهات الأصلية عند الملتقى^(١).

٦- رجوع الصدى Feedback

رجع الصدى هو رد المستقبل لرسالة المصدر، الذي قد يستخدمه المصدر - فيما بعد لتعديل رسالته التالية. ومن ثم فإن رجوع الصدى مامو إلا رسالة من نوع خاص تنطبق بتأثير رسالة سابقة (من المصدر إلى المستقبل)^(٢). ومن وجهة نظر المصدر قد يفهم رجوع الصدى على أنه رسالة تحمل "معرفة عن فاعلية الاتصال". ورجع الصدى سبيل للنظر إلى المصدر على أنه مستقبله وهو يؤكد عملية التبادل في الاتصال الفعال.

وهناك نوعان من رجوع الصدى، يهتمان بالتأثيرات الإيجابية والسلبية للرسالة وهما:

رجع الصدى الإيجابي "Positive feedback" : ويؤكد المصدر أن التأثير المقصود من الرسالة قد تحقق. وفي الواقع فإن رجوع الصدى هذا يحيط المصدر طمأناً، بأن كل شيء يسير على ما يرام^(٣).

(1) Jack Brehm, *Exploration in Cognitive Dissonance*, New York: John Wiley and Sons, Inc., 1962.

(2) - Hovland, op. cit., 1970, p. 19 - 55.

- Carl Hovland and Walter Weiss "The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness" in Schramm, 1961, op. cit., pp. 275 - 288.

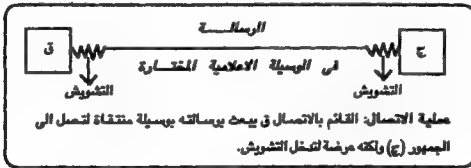
- Schramm, op. cit., 1973 pp. 50 - 51.

(3) Rogers, 1973, op. cit., p. 51.

مشاكل الاتصال

إن القائم بالاتصال المدرب تدريباً دقيقاً، يدرك الأهمية الاجتماعية للدور الذي يمتثل به ويطمح أيضاً ماذا يريد أن يوصله في رسالته. وهو يدرك خصائص الوسيلة (الإعلامية) التي تستخدم، ويدرس الاهتمامات المتنوعة ومستويات الإدراك لدى مجموعات الناس الذين يشكلون جملة الجمهور. وهو يضع رسالته طبقاً لمتطلبات أسلوب كل وسيلة من الوسائل الإعلامية التي يستخدمها، ووفقاً لقدرات الجماهير التي يحاول أن يصل إليها. وهو يطمح الحدود والمشاكل التي درساها بأحسن الإتصال.

ونوضح فيما يلي بعض مشاكل الاتصال وهي: التشويش - العوامل الانتقائية - اختلاف الطبقات الاجتماعية.



شكل رقم (٥) التشويش في عملية الاتصال

(أ) التشويش Noise

من بين الأنواع المتعددة للتشويش يوجد تشويش الوسيلة الإعلامية^(١). وهو مصطلح يستخدم لوصف أي شيء يتدخل في أمانه النقل للرسالة (مثل التشوشة على الإرسال الإذاعي). ولكننا إذا تكلمنا بوجه عام فإن التشويش على الوسيلة

(1) - Berlo, 1960, op. cit., p. 40.
- Emery, 1970, op. cit., pp. 7-8.
- De Fleur, 1975, op. cit., p. 93.
- Shannon and Weaver, 1947, op. cit., p. 6.
- Rogers, 1973, op. cit., p. 52.

الإعلامية يمكن فهمه على أنه يتضمن كل معوقات الاتصال بين المصدر والجمهور. والقائم بالاتصال المتخصص يساعد في التخلص من تأثيره بواسطة أجهزة لجذب الانتباه. واستخدام نقيض لبدأ التكرار (تكرار الفكرة الأساسية للرسالة للتأكد من أنها ستصل حتى إذا كان جزء من الرسالة قد فقد).

وهناك نوع ثان من التداخل يسمى تشويش المعاني. وهو يحدث إذا ما أسيء فهم رسالة ما حتى إذا كانت متلقاه كما أرسلت تماماً. فالقائم بالاتصال على سبيل المثال قد يستخدم كلمات يصعب على كل فرد من الجمهور أن يفهمها. أو قد ينكر أسماء لا علم لكل بها، أي أن مادة الرسالة تكون خارج إطار الدلالة بين المرسل والمستقبل^(١). أو قد يستخدم كلمات يكون لها معنى عند القائم بالاتصال ومعنى آخر عند المستمع أو القارئ (المعنى الشائع أو المعنى الوارد بالقاموس يسمى المعنى الدال، في حين أن المعنى الانفعالي أو التقديرى يسمى المعنى الضمني - فكلمة مثل «الاشتراكي» مثلاً لها عدة معان مختلفة على نطاق واسع)^(٢).

ويمكن الإقلال من تشويش المعاني لو أن القائم بالاتصال بذل جهداً في تحديد ألفاظه وتعريفها لصالح الجمهور الذي يريد أن تصل إليه رسالته. ويلاحظ أحياناً أن الكلمات الصعبة أو الغريبة قد يفهمها القارئ لأنه يفهم سياق الكلام الذي ترد فيه. ولكن من الممكن أيضاً بالنسبة لكلمة ما لم تعرف تعريفاً واضحاً أن يساء فهمها بهذه الطريقة. وإذا كانت المادة المعروضة معقدة جداً، فإن القارئ إما أن يضطر إلى التكرار والعودة لدراسة الرسالة أو أن يضطر، وهو أمر أكثر احتمالاً، إلى التحول إلى مادة، أو مواد، أخرى أكثر جزاء ومثمة.

(1) Schramm, 1961, op. cit., p. 6.

"Frame of Reference depends on finding an area where the experience of the two people is sufficiently similar that they can share the same symbols efficiently."

(2) Berlo, 1960, op. cit., pp. 190 - 208.

(1) - Rogers, 1973, op. cit., pp. 54-60.

ب- اختلاف الطبقة الاجتماعية

يهتمنا أن نوضح أن المصدر والمستقبل يمثلان طرفان في تنظيم اجتماعي. والدلائل ليست كافية لإثبات أن التنظيم الاجتماعي هو مجموعة من وحدات متصلة فيما بينها اتفقت على الوصول إلى هدف مشترك. غير أن ذلك يمكن تمييزه من البيئة على أنه كيان فريد. والتنظيم له تكوين معين يتمثل في العلاقات بين الوحدات الموجودة فيه. وهذا التكوين له قدر كبير من التأثير على الاتصال البشري خاصة عندما يكون المصدر والمستقبل عضوين في تنظيم مستواه عال مثل هيئة رسمية. وهنا يمكننا أن نتخيل الاختلاف في فاعلية الرسالة نفسها عندما تنتقل (أ) بين اثنين على قلمي المساواة أو (ب) من رئيس إلى المرؤوسين^(١).

ومن المحتمل أن تكون الاستنتاجات من الرسالة خاطئة إذا كان المستقبل والمصدر مختلفين. أما إذا كان الإثنين متماثلين فإن المصدر طالما يعرف نفسه فهو يعرف المستقبل.

والتماثل أو التجانس "Homophily" هو الدرجة التي يكون فيها المصدر والمستقبل متماثلين في صفات مثل المعتقدات والتعليم والوضع الاجتماعي.. إلخ والاتصال يتم في أغلب الأحوال بين الأفراد المتجانسين. ويصح القول هنا: "أن الطيور على أشكالها تقع".

أما التباين "Heterophily" فهو الدرجة التي يكون فيها المصدر والمستقبل مختلفين في صفات معينة. والاتصال بين المصدر والمستقبل المختلفين (التباين) أقل فاعلية من الاتصال بين المصدر والمستقبل المتجانسين. وعندما

(1) - Rogers, 1973, op. cit., pp. 54-60.

- Rogers and Shoemaker, 1971, op. cit., pp. 14 - 15.

- Rogers and Svenning, 1969, op. cit., pp. 181 - 182.

- Schramm, 1973, op. cit., p. 224.

يكون لدى المصدر والمستقبل معاني واتجاهات متشابهة يكون الاتصال أكثر سهولة ويسراً^(١)، والاتصال المتغاير، من ناحية أخرى، غالباً ما يؤدي إلى تحريف في الرسالة وإلى تلجيل إرسالها، وإلى وضع قيود على وسائل الإعلام وإلى الخلاف الإدراكي (كأن يتعرض للمستقبل كثيراً لرسائل لا تتفق ومعتقداته الراهنة).

إن العديد من الدراسات حول نشر الأفكار المستهدفة تؤكد أن الأفراد يميلون إلى أن يتصلوا مراراً وتكراراً بشخصين يعتقدون أن بين هؤلاء الأشخاص وبينهم تجانس^(٢)، ويساعد هذا المبدأ على شرح أسباب الدور الهام الذي يلعبه الأصدقاء والأقارب في التأثير على قبول الفرد أو رفضه لأي فكرة مستهدفة.

وقد يكون من المستحيل انتقاء مصدر يتشابه في كل المظاهر مع الجمهور المستهدف، ومع ذلك، فمن الواجب أن تقوم - ما أمكن - بمحاولات للإقلال من مثل هذه الاختلافات. ومن ذلك فإنه يمكن مثلاً أن ننتقي بمهارة الأشخاص الذين يمكنهم أن يؤثروا على الجمهور المستهدف؛ والذين يمكن للمستقبل أن يخاطبهم بسهولة نسبياً، ويستخدم مثل هؤلاء الأشخاص في توصيل الأفكار المستهدفة اللازمة لعملية التنمية.

هذا وإن انتقاء القائم بالاتصال استناداً إلى الخبرة وحدها قد لا يكون كافياً لنجاح الاتصال الفعال.

(1) James Palmore, "The Chicago snowball: A Study of the Flow of Influence and Diffusion of Family Planning Information" in Donald Bogue (ed) Sociological Contributions to Family planning Research, Chicago, Ill.: Community and Family Planning Study Center, University of Chicago, 1967, pp. 272 - 362.

(2) - James Palmore, "Awareness Sources and Stages in the Adoption of Specific Contraceptives", Demography, Vol. 5, No. 2, 1968, pp. 960 - 972.

- Dinesh Dubey, "Family Planning Communication Studies in India" Central Family Planning Institute, Monograph Series, New Delhi, No. 8, 1969.

الفصل الثانى

قيادة الرأى فى الريف المصرى

تطور مفهوم قادة الرأى

يؤدى قادة الرأى أنواراً هامة وفعالة من أجل تحقيق التنمية الريفية، وزيادة معدلاتها، فى مصر وفى معظم دول العالم من أجل النهوض بالمجتمع ورفع درجة تقدمه وزيادة معدلات الأفكار المستحثة. وكما كانت المجتمعات تقليدية كانت قيادة الرأى عامة أى لا يقتصر نشاط قائد الرأى على تخصص أو موضوع واحد غير أنه بازدياد درجة تقدم المجتمع نجد أن قائد الرأى متخصص فى مجال أو موضوع واحد.

ومن المنطقى أن يتصف قائد الرأى بكثير من الصفات والمقومات التى تؤهله للاضطلاع بوظائفه. ومن هذه الصفات النكاه وسرعة البديهة وقوة وجدانية الشخصية واتساع الافق والعلم بدرجة أعلى من الذين يتأثرون برأيه (الاتباع). ويؤمن هذه الصفات، وبغيرها، قد لا يستطيع قائد الرأى تلبية مهمته فى أحداث التأثير المطلوب على المتلقى بالفاعلية المستهدفة.

ظهور نظرية قيادة الرأى :

يبدو منطقياً أن عملية قيادة الرأى عملية موجودة من قديم الأزل، وأن الاتصالات البشرية تضمنت عناصر الاقتناع والتأثير لتبنى سلوك مستهدف. غير أن قيادة الرأى بدأت تلخذ شكل النظرية العلمية الحديثة قبل أن ينتصف القرن العشرين عندما حاول بعض العلماء والدارسين قياس تأثير وسائل الاعلام على السلوك الانتخابى للمتلقين. وقد كان الاعتقاد السائد آنذاك أن لوسائل الاعلام تأثيراً قوياً على اتجاهات وسلوك المتلقين، وانتشر ذلك الاعتقاد، وذاع، أثناء الحرب حيث تبين أن لوسائل الاذاعات المسموعة عن كسب أو خسارة المعارك الحربية تأثيراً نفسياً كبيراً على الشعوب. فهو تأثير ايجابى على شعوب الدول التى تبث اذاعاتها

الرسائل التي تقيد كسبها الممارك الحربية وهو تأثير سلبي على شعوب دول الاعداء التي تستمع الى هذا البث وهذه الرسائل.

واعل من الاسباب التي من أجلها ظهر هذا الاعتقاد، النظريات الاجتماعية والنفسية التي ظهرت في القرن التاسع عشر والعشرين حيث كان لها تأثير في تكوين مفهوم واطار نظرية التأثير المباشر لوسائل الاعلام على المتلقي. فكان المفهوم أن تأثير رسالة وسيلة الاعلام يتم على عدة مراحل، كلها نفسية تؤثر على المتلقي - فتتم:

• اثارة عواطف المتلقي.

• اثارة حوافز المتلقي.

• اثارة دوافع المتلقي.

وبعد هذا تتم عملية صنع القرار واتخاذ السلوك الذي يهدف اليه هذا التأثير.

ويبدو في كثير من الاحيان أنه من الصعب على المصدر السيطرة على هذه المكونات النفسية، وعلى غيرها، وحتى أنه من الصعب على المتلقي نفسه أن يسيطر دائما على بعض منها، كالمواطف. ونظرا لأن جوهر هذه النظرية هو التأثير المباشر لوسائل الاعلام على المكونات النفسية للمتلقى، فقد أطلق عليها أيضا نظرية "الحقنة التي تعطي تحت الجلد" (كناية على أن المتلقى قد لا يشعر بهذه الحقنة أو أنها لا تدخل الجسم من الطريقتين الأكثر شيوعا العضل/ الوريد .. وبالمثل .. يكون تأثير رسالة الاعلام) .

وأكثر من هذا فلم ينصب الاعتقاد على التأثير المباشر لوسائل الاعلام فحسب بل امتد الاعتقاد ليعنى أنه طالما أن رسالة وسيلة الاعلام تثير المواطف والعواطف الكامنة فإن استجابة المتلقي لها تكون استجابة متماثلة. وعلاوة على ذلك فقد ساد الاعتقاد أيضا أن الفرد معزول نفسيا عن المجتمع وبالتالي فليس للرقابة الاجتماعية أهمية أو تأثير على استجابة المتلقي.

ومن العلاقات الاجتماعية بين الناس فقد ساد اعتقاد علماء علم الاجتماع الكلاسيكي في القرن التاسع عشر أن هذه العلاقات تضعف في المجتمعات الصناعية المتقدمة وتضعف معها بالتالي الرقابة الاجتماعية ويحدث العكس في المجتمعات التقليدية حيث تقوى الرقابة الاجتماعية.

وأزاء وجود هذه المعتقدات واستنادا إليها فقد قدم «بول لازارزفيلد» وآخرون في عام ١٩٤٠ بدراسة على تأثير وسائل الاعلام على النوايا الانتخابية للناخبين (٦٦٠ ناخباً) في مقاطعة «ايري» بولاية أوهايو الأمريكية^(١). ولأن المفهوم، وكما أشرنا، أن لوسائل الاعلام تأثيراً مباشراً على المكونات النفسية للمتلقي فقد افترضت الدراسة وجود هذا التأثير أي افترضت أن لوسائل الاعلام تأثير مباشر على سلوكه هؤلاء الناخبين في اختيار أحد مرشحي الرئاسة الأمريكية «فرانكلين روزفلت» أو «هنري ويلكي». غير أن نتائج الدراسة جاءت مفاجئة إلى حد كبير للافتراض - وللمعتقد السائد - إذ تبين عدم وجود تأثير يذكر لوسائل الاعلام على سلوك الناخبين (في العينة) في حين كان للاتصال المباشر تأثير على هذا السلوك.

ولقد تبين للباحثين أن رسالة وسيلة الاعلام تنتقل من المصدر إلى المتلقي من خلال وسيط أي في وجود عنصر متداخل في عملية الاتصال. ومن ثم فهناك أكثر من مرحلة لاتمام الاتصال:

« من وسائل الاعلام إلى أفراد (أكثر أطرافاً من المتلقين الذين يتأثرون على مكوناتهم النفسية).

« ثم من هؤلاء الأفراد إلى المتلقين الذين هم أقل تعرضاً لوسائل الاعلام (ويتأثرون عادة بهؤلاء الأفراد).

ولقد اتفق معظم المفكرين والمتخصصين في علم الاتصال على تسمية الأفراد الذين يتلقون المعلومات من وسائل الاعلام وينقلونها إلى الآخرين الأقل تعرضاً لهذه

(1) Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson and Hazel Gaudet, The people's Choice New York, Columbia University Press, 1948.

الوسائل - الذين يتأثرون بهؤلاء الافراد - بدقادة الرأى». ويكون لقادة الرأى، وكما تبين، تأثير على سلوك المتلقين.

وعلى هذا فانه من المفهوم من قادة الرأى أنهم عنصر هام وفعال فى توصيل الرسالة من المصدر الى المتلقى وفى أحداث التأثير المطلوب.

المصدر (وسيلة الاعلام)

رسالة الاتصال ← قادة الرأى ← المتلقون

ومن هذا الخصوص يرى «كاتز» و«لازارسفيد» أن الافكار تنتقل غالبا من الراديو ومن المطبوعات الى قادة الرأى ثم من هؤلاء الى القطاع الاتلى نشاطا من الجماهير^(١).

من هو قائد الرأى :

وعلمنا أن لقائد الرأى هذه الوظائف الهامة التى يترتب على تأديتها تبني المتلقين أهداف رسالة الاعلام فإن السؤال الذى يتبادر الى الالهام: من هو قائد الرأى؟

يعرف «دروجرز» و«شوميكز» قيادة الرأى بأنها الدرجة التى يكون للفرد عندما القدرة على التأثير بصورة غير رسمية على اتجاهات الافراد الاخرين أو على سلوكهم الظاهر بطريقة مطلوبة ومتكورة^(٢).

ويرى «دايت» أن قادة الرأى ليسوا بالضرورة القيادات الرسمية فى المجتمع أو الاشخاص الذين يحتلون مراكز هامة لها هيبتها الاجتماعية. وانما يوجد فى كل

(1) Elihu Katz and Paul Lazarsfeld, Personal Influence : The Part Played by People in the Flow of Mass Communication, New York, The Free Press, 1955, P. 185.

(2) Everett Rogers and Floyd Shoemaker, Communications of Innovation: A Cross Cultural Approach, New York, The Free Press, 1971, pp. 210 - 211 .

طبقة في المجتمع قيادة الرأي الخاصة بها^(١).

ويقول «كار» أنه بالرغم من أن بعض القيادات الرسمية تمارس تأثيرا على آراء واتجاهات وسلوك الآخرين فإن قيادة الرأي تظل مع ذلك قاصرة على الذين يؤثرون في الآخرين ليس بسبب مكانتهم الرسمية، ومن ثم فهم غالبا مصادر غير رسمية^(٢).

ومن رأينا أن قائد الرأي مرحلة هامة في عملية الاتصال وفي نقل رسالة وسيلة الاعلام الى المتلقي وفي التأثير عليه لتبني أهداف تلك الرسالة. واذك فلا بد أن يتمتع قائد الرأي بصفات وامكانيات وقدرات معينة تؤهله لاداء وظيفته هذه. ولا يهم في هذا أن يكون لقائد الرأي مكانة اجتماعية مرموقة أو مركز وتقليد هام أو رسمي حتى يؤدي واجباته ومسئولياته بل يكفي تماما في بعض الاحيان أن يتحلى بهذه الصفات التي تمكنه من اداء تلك الواجبات بغض النظر عن أى شيء آخر ومع هذا فإن قائد الرأي الذي يتمتع بالصفات التي تؤهله للقيادة ويتخذ أيضا منصباً رسمياً مرموقاً أو مكانة اجتماعية هامة تزداد عادة فاعليته في التأثير. يضاف الى ذلك بأنه من الصعب اعتبار قائد الرأي وسيطاً فحسب للمعلومات، إذ أن عملية الوساطة وحدها دون أن تشمل التأثير على المتلقين ليست كافية للقول بأن القائم بها قائد للرأي.

خصائص قادة الرأي :

لكي يؤدي قادة الرأي المهام والواجبات التي ينتظر منهم القيام بها فإنه لا بد أن يتحلوا ببعض الخصائص أو الصفات التي تؤهلهم لذلك. ومن هذه الخصائص ما يلي:

(1) Charles Wright, Mass Communication: A Sociological Perspective, New York, Random House; 1959, pp: 52 - 54.

(2) Snehendu Kar, Diane Demagone, and Barbara Kar, Communication Research in Family Planning, Population Communication: Technical Documentation, UNESCO, Paris 1975 p. 29.

١ - كثرة التعرض لوسائل الاعلام

على اعتبار أنه كلما تعرض قادة الرأي بدرجة كبيرة لوسائل الاعلام أمكنهم، عادة، جمع أكبر قدر من المعلومات المتاحة من هذه الوسائل عن المشكلات والموضوعات الجوهرية التي تهم الناس بصفة عامة وتمس بالتالي حاجة القادة وحاجة الذين يتشربون بهم (أو التابعين - الأقل منهم معرفة وإدراكا لهذه الموضوعات). ويقول «ساندرز ديفيز» (آخرون) أن تعامل قادة الرأي مع المعلومات أكثر من تعاملهم مع اتباعهم ^(١) . ويضيف «بالمور» أن اطلاع قادة الرأي موثوق به ^(٢).

٢ - درجة اتصالهم بالمسؤوليين عن التغيير وبالعالم الخارجي أكثر من غيرهم:

ويساعد على ذلك اتساع أفقهم وزيادة اطلاعهم ومعرفتهم بالمشكلات علاوة على رغبتهم المستمرة في حصولهم على المزيد من المعرفة.

٣ - مشاركة اجتماعية، أكبر من اتباعهم:

ويرجع ذلك أساسا لانتمائهم بكثير من الموضوعات والمشكلات من حوالم وانفتاحهم على العالم الخارجي.

٤ - طول فترة اقامتهم بالمجتمع:

وهو ما وجدته «ساندرز ديفيز»، وآخرون، في دراساتهم. والحقيقة أن طول فترة إقامة الشخص في مجتمع واحد (كمجتمع القرية مثلا) منذ ولادته واثناء تنشئته، تساعد على زيادة معرفة أهل هذا المجتمع به. وكلما زادت درجة علمه وزاد اطلاعه نسبيا وزادت اتصالاته خارج هذا المجتمع وكلما توصلت علاقاته بأهل هذا المجتمع واتباعوا نصائحه وإرشاداته لهم كان قائد رأي فعالا ومؤثرا.

(1) Sanders Davis and Others, "Opinion Leadership and Family Planning" University of Florida, Department of Sociology, Paper Prepared for the Annual Meeting of the Population Association of America, New Orleans, 1973.

(2) Palmore J. "The Chicago Snowball: A study of the Flow of Influence & Diffusion of Family Planning Information", in Bogue (EDS), Sociological Contributions to Family Planning Research, Chicago, Ill. Community & Family Study Center, University of Chicago 1967, p. 280.

٥- التدخل المادي أعلي :

من غيرهم من الذين يتأثرون بهم: ويساعد هذا الارتفاع النسبي لدخول قادة الرأي على حرية وزيادة حركتهم وزيادة معدل أسفارهم خارج مجتمعاتهم.

٦- قوة وجاذبية الشخصية :

علاقة على الذكاء وقدر من التلميم والثقافة يفوق الاتباع. والحقيقة أنه بدون هذه الصفات، وغيرها، لا يمكن أن يؤثر قادة الرأي على المتلقين لتحقيق أهداف رسالة وسيلة الاعلام.

٧ - القدرة على التأثير ، والرغبة فيه :

اذ ان القدرة والرغبة عنصران هامين للتأثير فقد يتوافر لدى قائد الرأي أحدهما دون الآخر مما لا يحقق أهداف رسالة وسيلة الاعلام.

ويضيف «روجرز» و«شوميكز» أنه من المتوقع أن يكون لقائد الرأي في النظم الاجتماعية المتقدمة من النظم التقليدية تأثير في موضوع واحد وفي نوع واحد من المعلومات والنصائح^(١) ، ولذلك فإن طالبي النصيح أو المشورة أو المعلومات في موضوع آخر يلجئون في هذا الى قائد رأي آخر (أو أكثر). في حين أن الامر مختلف في المجتمعات التقليدية اذ يكون لقائد الرأي تأثير في أكثر من موضوع، وبهم أن نوضح أن الموضوع الواحد قد يتفرع عنه موضوعات فرعية لا يكون قائد الرأي متخصصا فيها أيضا. فإذا كان قائد الرأي العادي (وايس الطبيب) مدركا تماما وملما بموضوع كتنظيم الأسرة فليس بالضرورة أن يكون مدركا أيضا لفنية موضوع فرعي مثل الانار الطبية لاستخدام الموانع.

ويرى «ليرنر» أنه في المجتمعات التقليدية يرتبط السن بالحكمة^(٢) ويكون التأثير في هذه المجتمعات بطيئا، ويحصل قادة الرأي على المعرفة من الخبرة فقط.

ومن ناحية أخرى فقد وجدت شاهيناز طلعت أن السن لم يعد، في النظم الحديثة، معايير لاختيار قادة الرأي وإنما حلت محله معايير أخرى مثل الكفاءة الفنية وسهولة الوصول الى المتلقين وانفتاح القادة على العالم الخارجى^(٣).

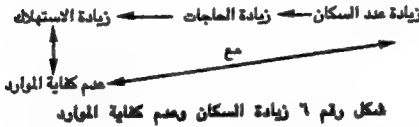
(1) Rogers & Shoemaker, 1971, op. cit., p. 223.

(2) Daniel Lerner, The Passing of Traditional Society; Modernizing the Middle East. New York: Free Press, 1958, p. 399

(3) Shahinez Talaat, The Flow of Communication in an Egyptian Village M.A. Thesis, American University in Cairo, 1973, p.

أبحاث عن الريف المصرى

تعتبر مصر (مع الصين وبعض دول العالم الثالث) فى مقدمة دول العالم التى يزداد عدد سكانها وينمو بمعدلات عالية بحيث لا تكفى مادة مواردها احتياجات سكانها فتظهر هوة بين الامكانيات والموارد وبين الحاجات والالتزامات المطلوبة، وكما ازداد عدد السكان ازدياد حاجاتهم وازداد معدل استهلاكهم وانخفض بالتالى معدل تلبية الحاجات والاستهلاك، طالما لم تزد الموارد بمعدلات كافية وظلت على ماهى عليه.



أى أن المشكلة السكانية التى تتفاقم بشكل شبة تلقائى ومستمر تتفاقم معها المشكلة الاقتصادية (وبمعدلات أكبر).

ويشكل عدد سكان الريف المصرى ما يزيد على نصف عدد سكان مصر وهم يتصفون كثيرا بالتمسك بالعادات والتقاليد الموروثة مما يجعل عملية التغيير صعبة للغاية كما أن نسبة الامية عالية وتبلغ حوالى ٥٦٪ كل هذا وغيره يجعل لدر قادة الرأى أهمية قصوى فى التأثير من أجل تبني الأفكار المتسحفة ورفع معدلات التنمية.

ونعرض فيما يلى أهم نتائج بعض الأبحاث التى أجريت عن دور قادة الرأى فى الريف المصرى (بخلاف ما قامت به الحكومة).

توصلت زاهية مرزوق^(١) من دراستها على عينة من الريف المصرى أن جميع أفراد العينة يدركون المشكلة السكانية من وسائل الاعلام من الاذاعة على الأخص -

(١) زاهية مرزوق التوعية للباشرة فى تنظيم الأسرة والدروس المستفادة من تجارب الاسكندرية فى توجيه العمال والقيادات الطبيعية، التوعية والاعلام فى مجال تنظيم الأسرة، مؤسسة دار التعاون للطبع والنشر، ١٩٧١.

وشدد أفراد العينة على الحاجة لعملية تنظيم الأسرة. كما بينت الدراسة من ناحية أخرى أن وسائل الاعلام لا تستطيع تغيير الاتجاهات الأساسية، في حين أن عملية التغيير هذه تعتبر وظيفة هامة للاتصال المباشر. واستخدمت الباحثة الطريقة السوسيوميترية لتحديد قادة الرأي. ثم اختارت قادة كل قطاع من داخله فاخترت قادة العمال من فئة العمال والقيادات النسائية من النساء وقيادات الفلاحين من فئة الفلاحين وهكذا.. حيث تبين أن تلك القيادات الأفقية تأثيرا أكثر من غيرها على المتلقين طالما أن هؤلاء المتلقين يميلون إلى قبول أفكار تلك القيادات التي من ذات فئتهم الاجتماعية. وترى الباحثة أن من أهم شروط اختيار القادة اقتناعهم بقيمة وبأهمية تنظيم الأسرة ولا يكون أحدهم أبيا لأكثر من ثلاث أولاد. وبعد أن أتمت الاختيار نظمت لهم دورة خاصة عن تنظيم الأسرة وعن قيمته والعوامل الاقتصادية المرتبطة به والعلاقة بين السكان ومستويات المعيشة ودور وسائل الاعلام وأساليب الاتصال والمتابعة والتقييم.

وأجرى مركز التربية الأساسية في سرس الليان بمحافظة المنوفية دراسة تبين منها أهمية دور قادة الرأي في التغيير المخطط.^(١) وقد بينت تلك الدراسة أن ٧٧.٥٪ ممن قبلوا مبدأ تنظيم الأسرة مارسوه بالفعل. كما أظهرت أيضا أن نشأ الممارسين تأثروا في قراراتهم بقيادة الرأي. وأظهرت أيضا أن الكثير ممن أبدوا فكرة تنظيم الأسرة باتجاهاتهم لم يمارسوها فعلا (سلوكهم).

وقام هاريك^(٢) بدراسة على دور قادة الرأي في عملية الاتصال في الريف المصري وحاول أن يتعرف على الكيفية التي تصل بها رسائل الاعلام إلى سكان القرية حتى يتعرف على دور وسطاء المعلومات وابقى العلاقة بين التمرض لوسائل الاعلام والاندراك السياسي وقد توصل إلى أن الراديو هو أكثر وسائل الاعلام استخداما بواسطة أهل القرية، إذ يستمع إليه ٩٦٪ من أفراد عينة البحث، وأن ملكية أجهزة الراديو تتصل بسريران المعلومات مباشرة. ويوجد أيضا أن وسائل

(1) Lewis Meleika and Salah Namek, "Peasants and Workers Attitudes to Family Planning", ASFEC, UNESCO, Sirs-el- Layyan, Egypt 1968.

(2) Eliya Harik, "Opinion Leaders and Mass Media in Egypt:

A Reconsideration of the Two-Step-Flow of Communication Hypothesis"
New York, The American Political Science Review, Vol. 95, pp. 731-740.

الاعلام، بصفة عامة، تصل الى أغلبية الجمهور مباشرة وبشكل فعال أما دور قادة الرأي - باعتبارهم من وجهة نظرة وسطاء للمعلومات والأفكار - فيقتصر على مجموعة أصغر من الجماهير لا تمتلك (أو تحوز) أجهزة وسائل الاعلام.

ثم قام «هاريك» بتطوير فكرته في الدراسة الأخيرة واختبرها في عملية التفسير في قرية أطلق عليها شهرا الجديدة، حيث وجد أن دور قادة الرأي كان هائلا وليس طارئا أو غير رسمي. ففي عملية تنظيم الأسرة مثلا، لعب الطبيب والمرضات الدور الاساسي في اقناع الناس بتبني هذه الفكرة المستحدثة. فكان الطبيب يوسع مدارك الفلاحين ويقننهم. بأهمية تنظيم الأسرة باعتبار أن ذلك العمل يدخل ضمن مقتضيات وظيفته الرسمية وكان يبين لهم فائدة الاستجابة واستخدام وسائل تنظيم الأسرة عن طريق نقل المعلومات لهم بما يؤثر بالتالى على آرائهم واتجاهاتهم. وكل هذا أيضا على اعتبار أنه يدخل ضمن وظيفته الرسمية. وكان يبين لهم فائدة الاستجابة واستخدام وسائل تنظيم الأسرة عن طريق نقل المعلومات لهم بما يؤثر بالتالى على آرائهم واتجاهاتهم. وكل هذا أيضا على اعتبار أنه يدخل ضمن وظيفته الرسمية. كما تبين لـ «هاريك» أيضا أن قادة الرأي أكثر اطلاعا من الفلاحين العاديين ولأن لهم واجبات رسمية في التنظيمات المحلية فانهم قاموا بتفسير السياسات والأفكار للفلاحين بفرض تعبتهم لاتباعها.

وقامت شاهيناز طلعت بدراسة لاختبار سريان الاتصال في الريف المصرى وتحديد قادة الرأي في قرية زاوية البطلى بمحافظة المنوفية^(١). وقد تبين من دراستها أن المهندس الزراعى والاختصاصى الاجتماعى من القيادات التي تؤثر في موضوع واحد، في حين أن ناظر المدرسة من القيادات التي تؤثر في أكثر من موضوع واحد. وأظهرت الدراسة أيضا أن قيادات الرأي أكثر من غيرهم (اتباعهم) تعرضا لوسائل الاعلام وأكثرهم ابتكارا واتصالا بمستوى التغيير.

وأظهرت الدراسة بشكل عام أن قادة الرأي يؤيدون دورهم القيادى ليس فقط لأنهم يتصفون بمميزات أو صفات معينة ولكن أيضا لسهولة اتصال اتباعهم بهم. ولم تؤكد الدراسة أن المكانة الاجتماعية لقادة الرأي أعلى من المكانة الاجتماعية لاتباعهم، ولكنها أظهرت أن الابعاء الاميين يعتمدون في تشكيل آرائهم

(1) Shahinaz Talaat, op. cit., 1976.

السياسية على أبنائهم المتعلمين أو الذين مازالوا في مراحل التطعيم، غير أن هذا التأثير لم ينبع من المكانة الاجتماعية للأبناء كالمركز والوظيفة وإنما ينبع من التعليم.

وبينت الدراسة أيضاً وجود اتجاه محدد للمتلقي وهو ازدياد تجاهل الناس لقادة الرأي التقليديين كلما كانت القرية أكثر عصرية. ولقد تم التوصل إلى تلك النتيجة عندما تبين أن نسبة صغيرة فقط هي التي تذهب لإمام المسجد طلباً للمشورة والنصيحة وأن نسبة أكبر تذهب لذات السبب التي ناظر المدرسة. وكلما زاد اتجاه وسلوك أهل القرية نحو التحديث والمصحية زاد توقع ظهور أنواع مختلفة من قيادات الرأي، وتخلص الدراسة إلى أنه إذا تبنى قائد رأى فكرة مستخدمة فقد يكون من الصعب وقف انتشارها خاصة أن كانت نابعة من الفلاحين أو أعضاء المجتمع الذي من بينهم قائد الرأي هذا.

ولقد وجد كامل مليكة^(١)، في دراسته على هيكل القيادة في المجتمع الريفي في قرية في الدلتا، أن هناك نوعين من المجموعات: مجموعة أكثر ثباتاً وتتألف من الأقارب ومجموعة أقل ثباتاً وتتألف من الأصديقاء، وتبين له أنه مازال للقيادة التقليديين قوة في التأثير وأن التحكم في تلك القوة مازال في يد قلة مثل ناشب المأمور والشيخ، وتبين له أيضاً أن لقادة الرأي دوراً كبيراً في تشكيل الاتجاهات والسلوك، وعن صفات قادة الرأي فقد وجد أنهم في معظم الأحوال: أكبر سناً ومستوياتهم المهنية والتعليمية أعلى من غيرهم كما أن نسبة عضويتهم في الجماعات أكبر.

ووجد محمد عودة من دراسته على القيادة في قرية مصرية أن هناك هروما قيادياً جامداً ومطلقاً يتصل بقرابة الهرم^(٢).

ووجد حماد مختار في دراسته^(٣) لبعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية

(1) Louis Kamel Meleika, Leadership and Authority in the Arab Local Community, UNESCO, Occasional Paper IV, Sirs ellayyan, Egypt, 1966.

(٢) محمد عودة، القيادة في قرية مصرية، دراسة ميدانية في إحدى قرى محافظة المنوفية، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة عين شمس، ١٩٦٦.

(٣) حماد مختار الشافعي، دراسة تطيلية لبعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لقادة الرأي المحليين في الريف، رسالة ماجستير، كلية الزراعة جامعة القاهرة، ١٩٧٣م.

لقادة الرأي المحليين في الريف أن قادة الرأي أكبر سنا من غير القادة وأكثر تعليما وأن معدلات سفرهم للقاهرة أعلى من غير القادة (قادة ٦٣.٦٪، غير قادة ١٦٪) وأن لهم إصداقاً مقيمين في القاهرة أكثر من غيرهم (قادة ٨١.٨٪، غير قادة ٧٧٪) وأنهم أكثر من غيرهم تردداً على مديري الزراعة دائماً (٢٧٪، ١٪) وعلى تفتيش المحسة (٢٧٪، ٦٧٪) وعلى بنك التسليف (٤٥٪، ١٠٪) وعلى وزارة الزراعة (٩٪، ١٠٠٪) وعلى الاسترشاد الزراعي (٩٪، ١٠٪) وعلى الوحدات البيطرية دائماً (٦٣٪، ٨٪) وعن تبني الأفكار والممارسات الزراعية المستحدثة تربية نجاج أجنبي (٥٤.٥٪، ٨.٧٪) التامين على المواشى (١٨٪، ٠.٦٧٪) زراعة القرة على خطوط (٦٣.٦٪، ٣٠.٢٪) كما أنهم أكثر قراءة الصحف (٣١٪، ٩٪) وأكثر ملكية لأجهزة الراديو (١٠٠٪، ٥٥.٧٪) وأكثر ملكية لأجهزة التلفزيون (٩٪، ٤٪) وأكثر مشاهدة للتلفزيون (٩٪، ٢.٦٪) وأكثر قراءة للمجلات الزراعية (١٨٪، ٦٧٪).

ومن المتفق عليه أن هدفاً من الاهداف القومية الاساسية لكل دولة، نامية كانت أو متقدمة، هو تحقيق أكبر قدر ممكن من التنمية القومية مع العمل على رفع معدلاتها أولاً بأول. وتعد التنمية الريفية جزءاً هاماً ورئيسياً من التنمية القومية. ولذلك فإن تحقيق أعلى معدلات التنمية الريفية في مصر ورفع معدلاتها يعد هدفاً جوهرياً يجب تحقيقه باستمرار خاصة وأننا نملك مقومات أساسية هامة في هذا السبيل مثل القوة البشرية ومصادر الثروة الطبيعية كالماء والطقس الفعال والثروة الجيدة.

وذلك فينبغي العمل على دفع عجلة التنمية الريفية والقضاء على أهم المشكلات التي تواجهها والتي أشرنا إلى بعضها مثل العادات والتقاليد الراسخة التي تلقى عانداً أمام تبني الأفكار المستحدثة واستخدام أحدث أساليب التقدم العلمي والتكنولوجيا في الزراعة (والصناعة وكافة الأنشطة)، وأيضا ارتفاع نسبة الأمية وتقصي بعض الأمراض المزمنة (كالبلهارسيا) وهجرة بعض الأيدي العاملة الماهرة للمدن.

وفيما يلي بعض الاقتراحات لرفع كفاءة قادة الرأي لكي يزدوا مهمتهم من أجل زيادة معدلات التنمية الريفية في مصر:

١- التشديد على اعداد، وتنفيذ، برامج تدريب متخصصة لقادة الرأي حسب تخصصاتهم تتضمن تعريفهم بالاساليب الحديثة في الاقتناع بما يقضى لى تبني الفلاحين الافكار المستحثة لتحقيق معدلات التنمية المطلوبة.

٢- أن يكون تركيز البرامج على المواد والموضوعات الهامة التي تساعد قادة الرأي على تنفيذ مهمتهم بفاعلية ويمكن في هذا عرض نتائج دراسات وأبحاث مقارنة على مشكلات مماثلة لمشكلات الريف المصرى.

٣ - يمكن أن ينقسم برامج التدريب لعرض نوعين أساسيين من مشكلات التنمية وكيفية حلها:

أ- مشكلات الساعة مثل: مكافحة انتشار المخدرات وتنظيم الاسرة.

ب - المشكلات المعتادة: مثل مقاومة الآفات ورفع معدلات الانتاج الزراعى والصناعى وتحسين نوعية الخدمات...

٤- تشجيع قادة الرأي ومنع أو تقليل الهجرة الى المدن والى خارج مصر ويمكن فى هذا اتباع ما يلى:

أ- اجراء مسابقات دورية لقادة الرأي حول النتائج التي تحققت فى قراهم مثل زيادة معدلات تبني الافكار المستحثة، ونقص معدلات المرض وزيادة معدلات الانتاج.. على ان يمنح الفائزون جوائز مالية مناسبة.

ب- تنفيذ برنامج تدريبي مركزى لجميع قادة الرأي، فى القاهرة مرة أو مرتين فى السنة بهدف متابعة اتباع قادة الرأي للوسائل التكنولوجية الحديثة فى مهامهم بالتقريب. على أن يمنح لرائد هذه البرامج جوائز مالية أيضا.

ج - تحسين مستويات معيشة قادة الرأي وإيجاد أماكن مناسبة لهم يمارسون فيها مهامهم على أن يتم تجهيز هذه الاماكن وبالمعدات بالأجهزة اللازمة.

د- منح قادة الرأي أراضى لاستصلاحها ومساعدتهم على هذا، ورسماء رمزية مع اعتبار ذلك نواة لتوسيع رقعة الأرض المزروعة.

٥- أن يراعى فى برامج تدريب القادة التغييرات التي حدثت، والمتوقع حدوثها، على افكار واتجاهات وآراء (وكافة المكونات النفسية) للفلاحين كنتيجة طبيعية للتطور السريع نحو العصرية وحيث يتم تسليح هؤلاء القادة بمعلومات وافكار ووسائل اقناع أكثر تأثيرا وأكثر فائدة لتحقيق التنمية المستهدفة.

الفصل الثالث

التأثير في نظريات الاتصال

يهدف هذا الفصل عرض أهم النظريات عن تأثير الاتصال على الجمهور الملقى لرسائل التنمية وإذا تمكنا من عرض صورة دقيقة للجانب النظرى لتأثير الاتصال فإن ذلك قد يساعد المسئولين عن تنظيم الأسرة فى القيام بعمليات اتصال أكثر فاعلية.

ومهما يكن من أمر فإن الدراسات والبحوث مازالت جارية للتوصل الى نظرية شاملة يمكن أن تشرح وبأسباب تأثير الاتصال الجماهيرى على المثقفين، وهو هدفنا يجب أن تسعى الى تحقيقه باستمرار.

ويبدو أن النظريات التى تناولت تأثير الاتصال الجماهيرى على المثقفين تعود فى حلقه أو فى دائرة، ذلك أننا نجد أن نظرية مافى السائدة والمتشرة فى وقت ما ثم تمر فترة من الزمن، قد تطول أو تقصر، فتظهر بدلا منها نظرية أخرى قد لا تكون مفاهيمها هى ذات مفاهيم النظرية الأولى ثم تصبح هى النظرية السائدة، وبعد فترة أخرى قد نعود مرة أخرى لنظرية كانت سائدة من زمن مضى.

وفى خلال الخمسين سنة الأخيرة أى منذ سنة ١٩٤٠، تناولت كثير من الدراسات الاتصال الجماهيرى بالبحث المتعمق وبموضوعية، ومن هذه الدراسات نموذج «الحقنة التى تعطى تحت الجلد الذى اشرنا اليه ونموذج التأثيرات المحدودة»، كذلك هناك نموذج التأثيرات المحتملة الذى ساد فترة من الزمن، ثم تحول النظرية، وفقا لبعض الدلائل، الى نموذج آخر هو نموذج «التأثير القوى».

وتختلف كل نظرية من هذه النظريات، اسما، فى حجم ودرجة التأثير، الذى تراه، للاتصال الجماهيرى على المثقفين. وتختلف ايضا فى جوانب ونواحي أخرى يمكن أن تظهر فى شكل رقم (٧). يبين حجم التأثير والفترة التى استمر فيها النموذج سائدا ومنتشرا.

ونعرض بإيجاز فيما يلي بعض النماذج التي تكلمت عن تأثير وسائل الاعلام على الجمهور المتلقى وسيتم ذلك العرض بدءاً بالنماذج التي نشأت أولاً. ويمكن الاستفادة من تلك النماذج في فهم المتلقى ووضع خطة لحملات التثمية الاسرة أكثر فاعلية.

نموذج الاعلام القوى

The Powerful Effects Model

ساهمت نظرية «الحقنة التي تصلى تحت الجلد» أو كما يطلق عليها أحياناً نظرية التأثير - استجابة الميكانيكية» في ظهور نظرية التأثيرات القوية وكان مفهوم نظرية الحقنة أن لوسائل الاعلام قدرة التأثير وقوة على الجمهور المتلقى أى أن تلك النظرية ارتبطت بقوة التأثير ثم بالدعاية في الحرب العالمية الأولى. واستمرت هذه النظرية سائدة في السنة التي سبقت الحرب العالمية الثانية حيث خشى الناس، مسئولون وغيرهم، في الولايات المتحدة الأمريكية من دعاية «هتلر» ومن إمكانية استخدام أساليبه في الدعاية للوصول إلى السلطة فيها، هذه الأساليب التي تعتمد في جانب كبير منها على وسائل الاعلام. ومن ثم وكرد فعل لهذا المفهوم تم في الولايات المتحدة الأمريكية انشاء مؤسسة وتحليل الدعاية التي بدأت نشاطها بحملات اعلامية مكثفة لتعليم الشعب الأمريكى الوسائل الفنية للدعاية وكيفية مواجهة أى حملات مضادة.

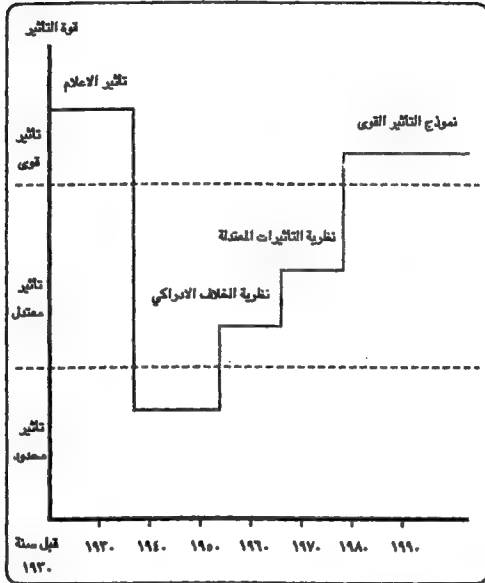
وتقول نظرية الاعلام القوى انه اذا تم عرض التأثير وهو وسائل ووسائل الاعلام على الجمهور فإنتنا سنحصل منه على استجابة موحدة على تلك الرسائل. أى أن رد فعل الجمهور المتلقى لرسائل وسائل الاعلام يتم بشكل موحد وتلقائى دون تفكير عميق ودراسة متأنية لمحتويات تلك الرسائل.

وبالرغم من أن معظم بحوث الاتصال قد رفضت تلك النظرية فإن بعض المفكرين ما زالوا يؤمنون بها ويمتدرونها نظرية صحيحة وصالحة. ولكن، اذا كانت تلك

شكل رقم (٧)

أهم النماذج عن تأثير الاتصال الجماهيري

على الجمهور المتلقي خلال الخمسين سنة الأخيرة (*)



(*) تم رسم الخطوط الرأسية مستقيمة مثلثة كما يرى البعض حتى يميز الرسم من حقيقة التغييرات من انتشار نموذج بدلا من اخروهي تحدث عادة في ذات السنة التي يكون النموذج الاول ساريا ومتشيرا ، ولا تأخذ عادة فترة طويلة في حدوثها .

النظرية، بالفعل، صحيحة فإن معنى ذلك أن تبني المتعرضين لرسائل وسائل الاعلام يكون ١٠٠٪ وإذا صحبنا ذلك على تنظيم الاسرة مثلاً فإنه من اللازم أن يكون معدل التبني في المناطق التي تمت فيها حملات الاتصال الجماهيري عن هذه الفكرة المستحضرة، بواقع ١٠٠٪ فيتبني جميع المتلقين لرسائل تنظيم الاسرة تلك الرسائل وهو امر لم يحدث وقد لا يحدث فيما يتعلق بتنظيم الاسرة. ويمكن التحقق من هذا بالرجوع الى البحوث التي اجريت عن تعرض المتلقين لرسائل الاعلام عن تنظيم الاسرة ونتائج تلك البحوث وهي كثيرة جداً (أكثر من ٥٠٠ بحث). منها ما استهدف المعرفة بتنظيم الاسرة والاتجاه والممارسة. وقد اجريت في اكثر من خمسين دولة من دول العالم لم يكن معدل التبني فيها ١٠٠٪^(١).

نموذج التأثيرات المحدودة

Limited Effects Model

بدأت نظرية التأثيرات المحدودة في الظهور سنة ١٩٤٠ وقد اجريت دراسات كثيرة على التأثيرات المحدودة للاتصال الجماهيري، ومن هذه الدراسات الهامة دراسة «هولاند» التي اجراها على القوات المسلحة الامريكية والتي بينت ان الافلام الترفيهية كان لها تأثير في نقل المعلومات وليس في تغيير الاتجاهات^(٢).

وقد شرح «جوزيف كلاير» بتفصيل واسهاب نموذج التأثيرات المحدودة في كتابة تأثيرات الاتصال الجماهيري. وقد توصل «كلاير» Klapper الى خمس تعميمات عن تأثيرات الاتصال الجماهيري^(٣) ومن أهم هذه التعميمات:

(١) شاميناز طلعت، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية، القاهرة مكتبة الانجلو ١٩٨٠

(2) Hovland, 1949, op. cit.

(3) Klapper, 1960, op.cit p.8

١ - تأثير الاتصال الجماهيري :

هو عادة تأثير ضروري وكافى على المتلقين ولكنه يقوم بوظيفة هذه ضمن مجموعة من المتغيرات والمؤثرات الوسيطة (التي تتوسط بين وسائل الاعلام وبين الجمهور).

٢ - المتغيرات الوسيطة في الاتصال الجماهيري:

تجعل وسائل الاعلام عامل مساعد وليس العامل الوحيد في عملية تدعيم الظروف والاحوال القائمة.

ومن هذه المتغيرات الوسيطة التي اشار اليها «كلاير» ، العوامل الانتقائية والتي تبين ان: القسرى الانتقائي لرسالة الاتصال الجماهيري والادراك الانتقائي من رسالة الاتصال والتفكر الانتقائي لمحتوياتها، هي كلها لا تتم تلقائيا من المتلقى الا اذا كانت رسالة الاتصال الجماهيري تتفق مع اتجاهاته القائمة.

ومن اجل هذا فان وظائف رسالة الاتصال الجماهيري تقويه الاتجاهات القائمة وليس تغيير او تحويل هذه الاتجاهات.

وارتباطا بما تقدم فان في استطاعة وسائل الاعلام ليس فقط - وكما جاء بالدراسة المقدمة - ان تجعل المتلقى يتعرض لرسالتها انتقائيا طالما كانت تتفق مع اتجاهاته بل يمكنها ايضا ان تركز انتباهه على موضوعات معينة وقضايا قومية وقد تبين مثلا في دراسة عن التنمية الاجتماعية ومعرفة الجمهور المتلقى بمشكلات القومية ان حوالى ٨٩٪ من عينة الدراسة حصلوا على معلوماتهم عن تلك المشكلات من وسائل الاعلام مباشرة، وفي دراسة عن تنظيم الاسرة فان ٧٣٪ من عينة هذه الدراسة، طمحو تنظيم الاسرة من وسائل الاعلام. وبنيت دراسات اخرى ان وسائل الاعلام تعتبر من احسن الوسائل التي تؤدي الى تكسيد وتثبيت القرار عن تنظيم الاسرة.(١)

(١) شاميتان طلعه مصدر سابق ١٩٨٠ ص ٢٧٤.

نظرية الخلاف الإدراكي

Cognitive Dissonance

مفهوم هذه النظرية قد يشبه، وإلى حد ما المفهوم عن العوامل الانتقائية فالمتلقى طبقاً لهذه النظرية يريد أن تكون معتقداته عن الأشياء واحكامه عليها ثابتة مع بعضها.

وإذا طبقنا تلك النظرية على فكرة تنظيم الأسرة نجد أنه بينما تؤكد رسائل الاتصال من أجل تبني هذه الفكرة أن الأسرة الصغيرة (لديها ٢ أطفال على الأكثر) هي أسرة سعيدة، هذه الرسائل يمكن أن تخلق خلاف إدراكي مع الأفراد الآخرين الذين يعتقدون أن أسرة كبيرة (لديها أكثر من ٢ أطفال) تعتبر أسرة متماسكة قوية تساعد رب الأسرة في أعمال الفلاحة في الريف.

وقد وضع «ليون فستينجر» نظرية الخلاف الإدراكي سنة ١٩٥٧ حيث أكد أنه يمكن تقليل الخلاف أو التباين الناتج من عدم ثبات المعتقدات والاحكام والسلوك، إذا تم انخراط عنصر جديد في عملية الاتصال يؤدي إلى أن تكون المعلومات ثابتة مع أفكار وسلوك المتلقى ولذلك نجد أن المتلقى لا يتعرض - بل ويخلق - أي اتصال آخر يتعارض مع فكرة (١).

وقد أجرى «فستينجر» بحثاً عن التدخين والاتصال توصل فيه إلى أنه كلما زاد عدد الأفراد المدخنين، وزادت بالتالي عدد السجائر التي يتم تدخينها يومياً، كلما انخفض عدد الذين اقتنعوا بوجود ارتباط بين التدخين وبين إصابة المدخن بسرطان الرئة، والعكس صحيح. وإذا طبقنا نفس المفهوم على تنظيم الأسرة نجد أن أرباب الأسرة الذين لديهم أكثر من ثلاث أطفال (وأولاد) لا يعتقدون بأهمية قيمة تنظيم الأسرة وعلى العكس من ذلك فإن الوالدين في أسرة صغيرة يعتقدان بأهمية تنظيم الأسرة ويؤمن الأسرة الصغيرة أسرة سعيدة قد لا تقابلها مشكلات مالية

(1) Festinger, (1954), op. cit.

(وغيرها) كالتى تقابل الاسرة الكبيرة. ولكن اذا اضلنا فى عملية اتصال تنظيم الاسرة هنا عنصرا جديدا مثل الحوافز فانه ذلك قد يدفع أصحاب الرأى الأول- الذين لا يهتمون بتنظيم الاسرة ولا يتبنونه - الى التخلّى عن رأيهم ويقومون بعملية التبنى.

ومن المتغيرات الاخرى التى لها تأثير على تغيير الاتجاهات طبقا لهذه النظرية، التجمعات وقادة الرأى والانماط الاجتماعية.

نموذج التأثيرات المعتدلة

The moderate Effects

اجريت فى السبعينات دراسات وبحوث متعددة على تأثير وسائل الاعلام على المتلقين وقد اظهرت نتائج تلك البحوث ان لوسائل الاعلام تأثيرات معتدلة على الجمهور المتلقى.

وقد اشتملت تلك الدراسات على عدة مداخل:

* نموذج البحث عن المعلومات

* مدخل الاستخدام واشباع الحاجات.

* وظيفة جدولة الموضوعات الادراكية

* نظرية النمط الثقافى.

وتتشترك هذه المداخل فى مفهوم واحد وهو ان نموذج التأثيرات المحدودة قد بالغ فى الاشارة الى انخفاض تأثير الاتصال الجماهيرى على المتلقين، وذلك على الرغم من اننا قد نجد، فى بعض الاحوال، للاتصال الجماهيرى بعض التأثيرات الهامة.

وسنعرض فيما يلي بإيجاز وبشكل عام للمداخل السابق الإشارة إليها والتي تتضمن تأثيرات معقدة:

١- نموذج البحث عن المعلومات

The Information seeking paradigm

يركز نموذج البحث عن المعلومات على سلوك الفرد في البحث عن المعلومات ويحاول التعرف على العوامل التي تتحكم في هذا السلوك. ويمثل هذا النموذج تحولاً من التركيز على مصدر الاتصال الجماهيري أو التركيز على رسالة هذا الاتصال - وهو ما كان منتشرًا في دراسة سابقة - إلى التركيز على المتلقي ذاته وهو أساساً هدف عملية الاتصال.

وقد تثيرت الدراسات التي أجريت على نظرية البحث عن المعلومات بالتعرض الانتقائي. حيث حاولت كثير من الدراسات أن تختبر التنبؤ بأسباب التعرض الانتقائي بأن افترضت أن الناس يختارون المعلومات التي تتفق مع اتجاهاتهم. وقد أيد جانب من الدراسة هذا التنبؤ والبعض الآخر لم يؤيده^(١). ويبدو أن نموذج البحث عن المعلومات قد أصبح، إلى حد ما، مشابهًا لدخل الاستخدام واشباع الحاجات^(٢).

٢- مدخل الاستخدام واشباع الحاجات:

The Uses and Gratification Approach

يحاول مدخل الاستخدام واشباع الحاجات أن يحدد الوظائف التي يؤديها الاتصال الجماهيري للجمهور المتلقي ويتم ذلك بشكل كبير عادةً بسؤال هذا

(1) D.O. Sears and J.L. Freedman "Selective Exposure to Information", in Schramm and Roberts, (1971) op. cit., pp 209 - 234.

(2) C. Atkins "Instrumental Utilities and Information Seeking" In prefer Darke (ed) New Models of Communication Research, Beverly Hills, Sage (1973).

الجمهور. وكما وجدنا في نموذج البحث عن المعلومات من أنه يمثل تحولاً من التركيز على مصدر ورسالة الاتصال الجماهيري إلى التركيز على المتلقي - فنحن ندخل الاستخدام واشباع الحاجات يمثل أيضاً تحولاً من التركيز على أهداف المصدر إلى التركيز على أهداف المتلقي وهو يختلف عن نموذج البحث عن المعلومات في أنه وإلى حد ما مدخل أوسع وعلى الرغم من ذلك فإن المنظرين تم ادماجهما معاً مؤخراً^(١).

ويذكر «كاتز» أن معظم بحوث الاعلام حتى السبعينات - عند ظهور نظرية التأثيرات المعتدلة - كانت تهدف إلى التحقق من تأثيرات حملات الاقناع على الجمهور المتلقي. وقد ذكر كاتز، أن بحوث الاعلام حتى هذا الوقت كانت تهدف معرفة الإجابة على السؤال التالي «ماذا تفعل وسائل الاعلام للناس؟» وقد اقترح «كاتز» أن يتم التحول عن هذا السؤال إلى سؤال آخر: ماذا يفعل الناس بوسائل الاعلام؟

وقد قام «كاتز» بتلخيص البحوث التي أجريت مؤخراً على جمهور المتلقين فيما يتعلق بنموذج الاستخدام واشباع الحاجات باعتبار أن اهتمام الجمهور قد انصب على الحاجات الاجتماعية والنفسية تلك الحاجات التي عن طريقها يمكن معرفة التوقعات عن رسائل وسائل الاعلام أو المصادر الأخرى، والتي تؤدي بالتالي إلى وجود أنماط مختلفة للتمرض لوسائل الاعلام والذي ينتج عنه الاحتياج لأشباع حاجات ما وإلى نتائج أخرى قد لا تكون في معظمها متوقعة^(٢).

وتظهر البحوث على نموذج الاستخدام واشباع الحاجات وجود درجات في تأثير البرامج التي تعرضها وسائل الاعلام يوميا. ويمكن أن تستخدم نتائج البحوث

(1) J.G. Blumfer and E.Katz(ed) The Uses of Mass communication , Beverly Hills, Sage (1974).

(2) R.A. Bauer, The Obstinate Audience in Shramm and Roberts (Eds) 1971 of. cit., pp 326-346.

على اشباع حاجات المتلقين في تفسير سياسات وسائل الاعلام التي لا تساعد على تلبية حاجات ورغبات وتوقعات الجمهور المتلقى^(١).

وفي رأيي ان المستهلك - أى المتلقى - هو الذى يحدد الوسيلة التى سيتمعرض لها ومن المتوقع ان يتخذ قراره هذا استنادا الى درجة الاشباع التى ستحققها تلك الوسيلة له.

وعلى ذلك فان مدخل الاستخدام واشباع الحاجات قد يعطى ادراكا جديدا عن تأثير وسائل الاتصال الجماهيرى. ذلك أن هذه التأثيرات تعتمد على احتياجات الجمهور المتلقى وبواقعها.

٣- وظيفة جدولة الموضوعات الانراكية :

يمكن ان نقول عن وظيفة جدولة الموضوعات الانراكية التى تقوم بها وسائل الاعلام انها قدرة تلك الوسائل على اختيار مسائل او موضوعات معينة ترى أن المتلقى يرغب فى التعرض لها فتعرضها عليه وتؤكد عليها. ومن ثم فان وسائل الاعلام تعد رسائلها بشكل يدرك معه الجمهور المتلقى اهميتها. ويمكن أن نضع هذا المفهوم فى اصطلاح سببى أو علاقة سببيه كما يلى:

أنه عندما تزداد أهمية مسألة ما فان عرضها فى رسائل وسائل الاعلام يسببه أو يقضى الى أدراك المتلقى لأهمية هذا الموضوع^(٢).

واستنادا الى هذا فانه باستطاعة وسائل الاعلام أن تصور مشكلة تزايد اعداد السكان مثلا على اعتبار أنها مسألة قهرية وأن تبين تنظيم الاسرة هو أمر حيوى وضرورى لحياة الفرد.

(1) Westley, B.H. "Review of the Emergence of American Political Issues Journalism Quarterly 1977 pp 172-73.

(2) M.E. Mc Combs and D.L. Shaw "The Agenda- Setting Function of the Press" in D.H. Shaw and M.E. Combs, (Eds) The Emergence of the American Political Issues, St. Paul Minn: West, 1977, pp 1-18.

أذن فإن لوسائل الاعلام قوة وقدرة على التأثير على الاحداث الهامة التي تتوارد في الجهاز الادراكي المتلقى. فنجد أن الصحيفة مثلاً هي المحرك الاساسى للجمهور المتلقى فى أن يقوم بجولة الموضوعات الادراكية عن الاحداث القومية. وهى تلعب دوراً كبيراً فى تحديد الموضوعات التى سينتظم عنها الناس والحقائق التى سيفكرون فيها والطرق التى سينظر اليها معظم المتلقين على أنها هى تلك التى يجب اتباعها عند التعامل مع المسألة أو المشكلة. (١).

وقد اقترح «ويسلى ماكين» نمونجا بين أن وجود وسائل الاعلام مرهون بإمكانيتها فى إعطاء الجمهور المتلقى الشيء الذى يريده، أى إمكانيتها فى اشباع حاجاته. ومن ثم فإن من خصائص وسائل الاعلام أن لديها القدرة على التأثير واجراء التغيير الادراكى عند المتلقى، وأنها تشكل تفكيره، وهو ما يعتبر أهم وأكبر تأثير ممكن لها على المتلقى، أى أنها بذلك تعمل على تنظيم أذهان العالم من أجلنا. ولكن ومع ذلك فإن الصحيفة قد تختار بعض المسائل التى ليس لها أهمية كبيرة عند المتلقى ثم تعرضها عليه فى أوقات معينة فيقوم بجولة هذه المسائل فى ذهنه (٢).

٤ - نظرية الانماط الثقافية :

تذكر نظرية الانماط الثقافية أن لوسائل الاعلام تأثير غير مباشر على سلوك المتلقين بقدرتها على تكوين الانماط الثقافية. وتعتمد هذه النظرية على أن باستطاعة وسائل الاعلام من خلال العرض الاختيارى لأسائل والتركيز عليها، خلق أنطباعات معينة لدى المتلقين يمكن معها تكوين انماط ثقافية مشتركة مرتبطة بهذه المسائل بطريقة محددة (٣).

(١) S. Iskamp, Attitudes and Opinions, Englewood Cliffs, N.J: Prentice - Hall, 1977.

(٢) Westley, op. cit, 1978.

(٣) Deffleur Melvin Theories of Mass communication - New York: David Mc. Kay, 1970.

وملأ أن الأنماط الثقافية ترشد الفرد الى اتخاذ سلوك ما نحو مسألة ما فان وسائل الاعلام ستؤدي دوراً غير مباشر في التأثير على الجمهور المثقف. ومن ثم فان هذه النظرية تشبه وتطابق جدولة الموضوعات الابداعية التي تبين أن وسائل الاتصال الجماهيرى تشكل الصورة في أذهاننا نحو مسألة ما. وقد تناولت كتابات عديدة مثلاً تأثير التلفزيون على أنماطنا عن العنف. ويثبت الابحاث أنه كلما زادت ساعات مشاهدة التلفزيون كلما كانت نظرة المشاهدين للعالم أنه مكان مسموم وخطير. كما يثبت أيضاً دور الإعلام في تشكيل القيم والأنماط وعلى الأخص فيما يتعلق بالمبادئ والإستهلاك^(١).

نموذج التأثير القوي

وهذا النموذج يختلف عن نموذج الإعلام القوي كما سنوضح. وقد بدأ نموذج التأثير القوي في الظهور أواخر السبعينات ، وقد أجريت دراسات عديدة عنه تبين أنها اتفقت على أنه قد يكون للاتصال الجماهيرى تأثيراً قوياً إذا اتبعت مبادئ الاتصال عند أعداد البرامج أو الحملات.

ومن مبادئ الاتصال:

١- أن التأثير القوي قد يظهر عندما يتم تكرار الرسائل خلال فترة معينة من الزمن. ويظهر هذا التأثير في الرسائل المكررة بدرجة اكبر من ظهوره في وسائل واحدة.

٢- من المهم أن يتم تحديد الجمهور المثقف مع التركيز عليه .

٣- يجب أن تحدد أهداف الحملة بدقة وعناية فائقة، كما يجب أن ترتبط رسائل الاتصال بهذه الأهداف.

(1) G. Gerber and L. Grps "The Scary World of T.v. heavy viewing," Psychology Today, 11: 1979, pp 41-45.

٤- يمكن استخدام الافكار المنبثقة من نظرية الاتصال في تنمية الموضوعات والرسائل والوسائل.^(١)

وفي دراسة قامت بها الباحثة الألمانية في علم الاتصال «اليزابت نويل نيومان» ونشرت سنة ١٩٨٢ ذكرت أن لوسائل الإعلام تأثير قوى على الرأى العام. وقد قلل من شأن هذا التأثير وكما أشرنا، بعض المفكرين في الماضى القريب وأم تتم متابعة هذا التأثير وكانت الأبحاث فيه محدودة.^(٢)

وقد اقترحت الباحثة وجود ثلاث خصائص تميز الاتصال الجماهيرى، وهى الجمع والانتشار والاتفاق وتذكر الباحثة أن الخصائص تتحد معا لكي تعطى تأثيرات قوية على اتجاهات وراء الجمهور المتلقى وتقول الباحثة أن المقصود من خاصية الاتفاق أن الاتصال يمرض صورة موحدة لحدث ما أو مسألة ما يمكن تطويرها. وهذه الصورة تعرضها عادة صحف مختلفة على صفحاتها كما يعرضها التلفزيون. وتأثير خاصية الاتفاق هذه أنها تتطلب على التعرض الانتقائى - طالما أن الجمهور المتلقى لا يمكنه اختيار أى رسالة أخرى - وأنه يعطى الانطباع بأن معظم الجمهور مضطر أن يدرك المسألة بالطريقة التى عرضتها بها وسائل الإعلام.

وترتبط «نويل نيومان» الفكرة التى تطرحها عن خاصية الاتفاق بفكرة «لييمان» فى الماضى، بأن وسائل الإعلام تعطى «صورة معينة للحقيقة» ولا تعطى الحقيقة نفسها.

وتذكر الباحثة أن هناك عدة عوامل تتفاعل معا لكي تنتج خاصية الاتفاق. ومن هذه العوامل.

القيم الأخبائية المشتركة بين الناس، والاعتماد المشترك على مصادر المعلومات وقد توصلت الباحثة «نويل نيومان» الى نظرية «التزام الصمت» (وقد

(1) Elizabeth Noell - Neumann " Return to The Concept of Powerful Mass Media " Studies of Broadcasting , 1973, pp. 66-112

(2) Elizabeth Noell - Neumann, The Spiral of Silence, Chicago, Univ. of Chicago Press, 1983.

اسمها «الصمت الملزني» "The spiral of Silence" ومؤدى هذه النظرية أن أدراك الملقى لتوزيع الرأي العام يؤدي به الى التعبير عن رأيه.

فعندما يتعرض الناس لوسائل الاعلام يعرفون رأي الاغلبية تجاه مسألة ما ومن ثم فلنجد أن الذين يرون أن رأيهم يتفق مع رأي الاغلبية هم أكثر من غيرهم رغبة في التعبير عن هذا الرأي. وعلى العكس من ذلك فلن الذين يجدون أن رأيهم يتفق مع رأي الاقلية، وليس مع رأي الاغلبية، يكون لديهم دافعا قويا للالتزام بالصمت». ولهذا فقد نجد أن مجموعات من الأفراد - ومن المحتمل أن يكونوا ضمن الاغلبية - قد يفقدوا الثقة وينسحبون من المناقشات العامة في المسألة العامة فهم يغيرون من موقفهم وبسرعة، وارضاء لانفسهم فاتهم «يلتزمون بالصمت».

وقد لعبت وسائل الاعلام دورا هاما في تحديد المسائل موضع الاهتمام القومي. وذلك لأن هذا المدخل (التأثير القوي) قد يستخدم في تنظيم الأسرة، اذ تستطيع وسائل الاعلام أن تعطى صورة من خلال مسلسل يومي مضمونها مثلا أن أغلبية الجمهور يستخدم وسائل ضبط الأنجاب وهي ما تجعل حياتهم أفضل وأسهل وأسعد. وبهم ان نوضح أنه في أعداد مضامين رسائل اتصال تنظيم الأسرة لا ينبغي أن تشتمل تلك المضامين على مميزات استخدام وسائل هذه الفكرة فحسب بل لابد أيضا من عرض سلبياتها (أو مساوئها) - وبشكل لا يمنع من التبنى - حتى لا تتعرض تلك الرسائل لصاية ووسائل مضادة توقف أو تمنع عملية التبنى.

الفصل الرابع

التغيير الاجتماعى

قمنا فى الفصل الأول عرضاً لموضوع الاعلام بمفاهيمه المختلفة ومشاكله المتعددة، وبعضاً مما ظهر عنه فى صورة بحوث أو كتب مع شرح الدور الهام الذى يقوم به الإتصال الشخصى فى عمليات الإقناع والتأثير. ثم تعرضنا فى الفصل الثانى لقادة الرأى فى الريف المصرى ولدور هؤلاء القادة فى التنمية الريفية لما لذلك من أهمية فى التنمية ثم أوجزنا فى الفصل الثالث بعض نظريات الاتصال ومدى قوة وضعف وتأثير كل منها على المثلى .

ونقدم فى هذا الفصل عرضاً لمفهوم التغيير الاجتماعى وطبيعة التطور الذى مر به ذلك المفهوم مع ذكر النظريات المختلفة التى ظهرت فى هذا المجال وكذلك مفاهيم المراحل المختلفة للتغيير سواء على مستوى التنمية للنظم الاجتماعية أو على مستوى العصرية بالنسبة للفرد فى المجتمع. علماً بأن ما نريد التركيز عليه فى هذه الدراسة هو التنمية للنظم الاجتماعية.

هذا وقد دأب الإنسان دائماً على الاهتمام بالعمليات التى تؤدى إلى تغيير بيئته الاجتماعية. وقد زاد الاهتمام بالتغيير الاجتماعى فى السنوات الأخيرة أثر المحاولات الواسعة النطاق التى تبذلها الشعوب والهيئات الوطنية والنوايا لإحداث التغيير الاجتماعى والاقتصادى الموجه فى الدول الأقل نمواً فى اسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية.

وقد أوضح روجرز أن التغيير الاجتماعي هو العملية التي تحدث بواسطتها تغييرات في بناء النظام الاجتماعي ووظيفته، فمنها ثورة وطنية، واختراعات في إطار التكنولوجيا الصناعات، وتأسيس مجلس تحسين القرية، وتقبل الأسرة للأفكار المستحدثة^(١).

ويتشكل البناء الاجتماعي من مختلف الأوضاع الاجتماعية للأفراد والجماعات الذين يكوّنون المجتمع. وأما عنصر الأداء داخل إطار هذا البناء فهو عبارة عن الدور أو السلوك الفعلي للفرد في وضع اجتماعي ما، وعليه فإن الوضع الاجتماعي والدور يتأثر أحدهما بالآخر. وعلى سبيل المثال فإن الوضع الاجتماعي لوزير التربية والتعليم يحدد كيف يتصرف الفرد الذي يقوم بهذه الوظيفة خاصة بصفته الرسمية، حتى أنه إذا لم يتصرف على النحو المنتظر منه ربما تعرض لتغيير وضعه الاجتماعي. وبالمثل فإن البناء والأداء الاجتماعي مرتبطان بعضهما ارتباطاً وثيقاً ويؤثر كل منهما في الآخر، فإذا طرأ تغيير على أحدهما أثناء عملية التغيير الاجتماعي تأثر الآخر بذلك التغيير أيضاً^(٢).

ويعتقد إيتزيوني "Etzioni" أن التغيير الاجتماعي قد ينبع من مناطق نظامية عديدة، محدثاً بذلك تغييراً في مناطق أخرى. وهذه بدورها تدخل كثيراً من التعديلات في الأسس الأصلية للتغيير. وتعد العوامل التكنولوجية والاقتصادية والسياسية والدينية والأيديولوجية والسكانية والطبقية من المتغيرات المستقلة المرتبطة التي تؤثر بعضها على البعض الآخر وفقاً لمسار المجتمع^(٣).

(1) Everett Rogers and Lynne Svenning, *Modernization among Peasants* New York, Holt Rinehart and Winston, Inc. 1969, p. 3.

(2) Berlo, 1960, op. cit., p. 135-147.

(3) Amitai Etzioni and Eva Etzioni, (eds) *Social Change*, New York, Basic Books Inc., (2nd - ed.) 1973, p.7.

مصادر التغيير وأنماطها

نتناول هنا النظريات الكلاسيكية والنظريات الحديثة

النظريات الكلاسيكية

يرى سبنسر "Spencer" أن نمو المجتمع هو عملية تطور، أي أنها نموذج أمثل للتطور العضوي لعملية نمو، تزيد التعقيد، وتزيد التمييز في البناء وفي الوظيفة كما تزيد من الاعتماد المتبادل والمتزايد بين الأجزاء المختلفة للمجتمع^(١).

ويرى كومت "Comte" أيضاً أن المجتمع إنما هو عملية تطور وتقدم، وقد عرف مهمته بأنها إيجاد الخصائص الموحدة التي تحكم هذا التقدم^(٢).

وأما سبنجلر "Spengler" فقد كانت له وجهة نظر معارضة يشوبها التشاؤم. ففي رأيه أن الوجود البشري ما هو إلا سلسلة لا نهائية من الارتفاع والانخفاض، وكل ثقافة مثلها مثل الإنسان، لها مراحل في الحياة من الولادة، إلى الطفولة، إلى النضوج، إلى الشيخوخة ثم إلى الموت.

ويرى سبنجلر "Spengler" أن الغرب قد تجاوز مرحلة النضوج، وهي التي أسماها «بالثقافة»، وأن يخطو خطوات واسعة في مرحلة التدهور التي أسماها «بالحضارة»^(٣).

وقد شبه باريتو "Pareto" التغيير السياسي بدوران العجلة التي تظل هي نفسها لا تتغير، فالتغيير لا يحدث استجابة للتعبئة السياسية بين الجماهير أو لصالح طبقات اجتماعية معينة وإنما هو مجرد شئون متداخلة بين الصفوف من الناس^(٤).

(1) Herbert Spencer, *Sociology*, New York: Appleton and co. 1892, Vol. I pp. 437-585.

(2) Auguste Comte, *System of Positive Polity*, London: Longmans, Green and co., 1877, Vol. IV pp. 555-558.

(3) Oswald Spengler, *The Decline of the West*, New York: Alfred a. Knopf Inc. 1929, pp. 104-113.

(4) Vilfredo Pareto, *The Mind and Society: A Treatise on General Sociology*, Translated by A. Bongiorno and A. Livingston, New York: Dover publications Inc. 1935. pp. 1422 - 1432.

والنظرية الماركسية في أساسها نظرية تهدف إلى التقدم. ذلك أن التقدم نحو مجتمع لا طبقي يمر بأنواع من الصراع الجدلي، تطيح في كل منها الطبقة المحكومة بالطبقة الحاكمة (مثل إطاحة البرجوازية بالديمقراطية) بهدف إقامة مجتمع جديد تنمو فيه طبقة جديدة محكومة لتعبد الكرة. هذا ولا تعد هذه الحلقات بلا نهائية أو بلا معنى. وقد رأى ماركس أن العجلة دارت الآن دورتها الأخيرة، وأوشكت القصة على نهايتها بقيام ثورة البروليتاريا. إذ أن انتصار البروليتاريا سيؤدي إلى ظهور مجتمع لا طبقي، أي مجتمع لا يعرف الصراعات الخطيرة ويأتالي لا يعرف الثورات^(١).

أما نظرة وير "Weber" للتفسير فذات فرعين. ففي رأيه أن البناء الاجتماعي يلحق بالتنمية الثقافية تحت تأثير فترات من الجائنية، ينفث عندها البناء الاجتماعي لمرحلة إعادة التنظيم عن طريق نظم ثقافية أكثر منطقية^(٢).

وهذه النظريات الكلاسيكية في التفسير الاجتماعي ترى أن قوى التاريخ تتبع من داخل المجتمع الإنساني - من بنائه الاقتصادي أو من ثقافته. ومن ثم، فإن هذه النظريات ترسي، حقاً، أسس علم الاجتماع المعاصر الذي نبذ تماماً عدداً آخراً من النظريات التي ترى أن المجتمع والتغيرات الطارئة عليه تحددها قوى تتبع من خارج النظام الاجتماعي. وهي بذلك قد استبعدت النظريات التي تمرز التطور التاريخي للإنسان أساساً إلى قوى تفوق القوى الطبيعية وعوامل بيئية (مثل المناخ) أو بيولوجية (مثل الأجناس)^(٣).

وعلى الرغم من أن هذه النظريات الكلاسيكية غير ملائمة إلا أنه لا يوجد لها بديل من النظريات الحديثة للتفسير الاجتماعي^(٤). إذ لا توجد نظرية كاملة للتفسير

(1) Kari Marx and Frederick Engels, *Manifesto of the Communist party*, New York: International Publishers, 1932 pp. 9-21.

(2) Max Weber, *The Theory of Social and Economic Organization*, translated by Talcott Parsons, New York: Oxford University Press, 1947 pp. 23 - 27.

(3) Etzioni and Etzioni, 1973, op. cit., p. 8.

(4) Etzioni, Etzioni, 1973, op. cit. p. 9.

الاجتماعي، كما لا توجد نظرية عامة كاملة الجوانب المجتمع. وهناك نماذج مختلفة ولكن لا يوجد واحد منها يمكن القول عنه أنه يغطي جميع أشكال التغيير المحتملة؛ إذ أن تنمية عدد من الوحدات الاجتماعية ربما تتبع أنماطاً مختلفة .

النظريات الحديثة

يقترح بارسون "Parsons" بعض العناصر لنظرية عامة للتغيير. وأهم نقطة يستعرضها هي التقدم الذي أحرز منذ أوائل الخمسينيات باعتبار أن التغيير لا يشكل إلا نوعاً من عدم التوازن- أو شيئاً يحافظ على التوازن- فحسب، بل أيضاً باعتباره عملية تتمكن بشكل حاسم من إحداث تغير في التوازن نفسه. وقد بنى بارسون دراسته عن التغيير على فكرة التمييز والطرق الجديدة للتكامل التي تتطلبها فهي دراسة لإصلاح البناء الاجتماعي. وفي بدء العملية نرى نظاماً متوازناً يتعرض للإضطراب لا في بعض أجزائه فحسب بل في كيانه. وفي نهاية العملية نرى توازناً جديداً قد نشأ، ويسمح لنا النموذج بتحليل اتجاه بعض التغييرات البنائية والتنبي بها إلى حد ما. ومن غير شك فإن نموذج التمييز يمكن أن يقدم العناصر المكونة لنظرية التغيير الاجتماعي^(١).

أما ستيفارد "Steward" فإنه يبحث عن مدخل جديد لدراسة التطور، من شأنه أن يتحاشى هذه الهزات. فهو يقول أن هناك عدة أنماط يمكن لسير الحضارة أن يتبعها، ويومع الدراسات التطبيقية أن تظهر الظروف التي تجعل مجتمعاً ما يتبع هذا الطريق بدلاً من ذلك. وهكذا فعلى الرغم من التقطع والإيقاع اللوحي للعبود الهبوط وخلافه، يبدو أن المجتمعات تتطور من الصغير والبسيط إلى الكبير والمركب^(٢).

(1) Talcott Parsons, "Some Considerations on the Theory of Social Change", *Rural Sociology*, XXVI, 1961, No. 3, pp. 219 - 239.

(2) Julian Steward, "Cultural Evolution" *Scientific American*, CXIV, 1956, No. 5 pp. 70 - 80.

ويتناول تحليل كروبر "Kroeber" مدخلاً مرتبطاً بعلم الأجناس، فهو يرى أن انتشار الأفكار المستحدثة يهدف أساساً إلى تفسير التغيير في مجتمع ما عن طريق البحث عن أصله في مجتمع آخر. وهو يبين أن الانتشار من العوامل المهمة في تحليل التغيير^(١). ولكن القائلين بالانتشار تجاوزوا الحد في محاولة بناء إطار لدراسة التغيير حول هذا المتغير الواحد (انتشار الأفكار المستحدثة).

ويدرس إيتزيوني "Etzioni" الظروف التي تمكن المجتمع من توجيه العمليات التي تحكم حياة الناس وتعيد تشكيل مجتمعهم، بدلاً من أن تظل عرضة لقوى غير مفهومة أولاً يمكن التحكم فيها، حسب التعريف التقليدي. أنه يقول إن المتغيرات الحاسمة التحول هي المعرفة، والاستراتيجية والسلطة، والإجماع العام والتعبئة^(٢).

وقد تمكنت الدراسة السيكولوجية من جذب الأنظار في السنوات الأخيرة، ويرجع الفضل في ذلك إلى مساهمة ماك كليلاند، وهاجن "Mc Clelland and Hagen" في دراستهما عن التغيير المتصل بالتنمية^(٣). وحسب هذه الدراسة تتركز القوى الدافعة للمجتمعات ليس في عوامل بيئية أو أفكار أو صراع اجتماعي بل في الأفراد الذين يتمتعون بدوافع الإنجاز العالية - Achievement Motiva- tion. وإذا أردنا التنبؤ بمعدل مستقبل التنمية الاقتصادية لمجتمع ما، علينا أولاً أن ننظر إلى المستوى العام لروح المجتمع المقامر، كالذي ينعكس مثلاً في موضوعات دأب الطفل، أكثر مما ننظر إلى العوامل الخارجية مثل شكل النظام الاقتصادي وأساليباً أو اشتراكياً أو شيوعياً. ويتأثر النجاح الاقتصادي لدولة ما، كل التأثير بالدافع الفردي للإنجاز لدى المديرين سواء في الحكومة أو الأعمال الحرة.

(1) Alfred Kroeber, "Diffusionism" in Amitai Etzioni and Eva Etzioni (ed), 1973, op. cit., pp. 140 - 144.

(2) Amitai Etzioni, "Towards a Theory of Social Guidance" The American Journal of Sociology, Vol. 73, No. 2, Sept. 1967 pp. 173 - 187.

(3) - David Mc Clelland, The Achieving Society, Princeton, N.J. : Van Nostrand, 1961.

- Everett Hagen, On the Theory of Social Change, Home-wood, Ill. : The Dorsey Press, 1961.

ويكتسب الانسان هذه القوة الدافعة للإنجاز فى سنوات التكوين (مرحلة الطفولة) ثم يتأثر بالبناء الاجتماعى للأسرة والثقافة (١).

المجتمع العصرى

لا تزال كثيراً من المجتمعات المعاصرة تقليدية فى أساسها، بمعنى أن البناء الديمغرافى والاقتصادى والتعليمى والدينى والسياسى فيها يشبه إلى حد كبير ما كان موجوداً منذ قرينين سابقة قبل دخول العصرية إليها. فهذه المجتمعات تتأثر، ولا شك، بالاتصال بمجتمعات حديثة أخرى وذلك على الرغم من وجود قسطن واقف من الديناميكية للتغيير فيها، وبناء عليه فقد بدأت الفاليلية العظمى من هذه المجتمعات تخضع نحو العصرية، على الرغم من اختلافها إلى حد كبير فى طريقة البداية والتوقيت، والمرحلة التى وصلت إليها، والسرعة، والنظام، والطريق الذى سلكته فى سبيل التنمية، بالإضافة إلى النتيجة النهائية التى تسعى إليها (٢).

وقد قام كثير من الباحثين بدراسة عملية العصرية "Modernization" من وجهة نظر المجتمعات التقليدية أو الانتقالية المعاصرة. وقد تبين لهم أن الانتقال من مجتمع تقليدى إلى عصرى آخر يشمل ما يلى:

١- ثورة سكانية يهبط فيها بشدة معدل الوفيات والمواليد.

٢- الحد من نمو الأسرة وتضخمها.

٣- دعوة طبقات المجتمع لزيادة معدلات خفة الحركة.

٤- الانتقال من البناء القبلى إلى بيروقراطية من نوع ديموقراطى.

٥- الحد من تأثير الدين.

٦- فصل التعليم عن الأسرة وحياة المجتمع.

(1) David Mc Clelland, "Business Drive and National Achievement" Harvard Business Review, XI, 1962, No. 4.

(2) Etzioni, 1973, op. cit., p. 263.

٧- نمو الثقافة الجماهيرية التي يفذيها التعليم الجماهيري وتطوير وسائل الاتصال الإعلامية.

٨ - إتباع سياسة الاقتصاد الحر وزيادة التصنيع.

ولكن حتى في أثناء حدوث هذه التغيرات الثورية، مثل تحول المجتمعات التقليدية إلى أخرى عصرية، تحدث تغييرات هامة داخل المجتمع العصري نفسه. ويشير النمط العام للتغيرات أن عملية العصرية (على الأقل في بعض الدول الغربية) قد تمت، أو كانت، أو عبارة أخرى أن التغيرات الجوهرية للعصرية قد استتفتت^(١).

ويرى ليرنر "Lerner" أن النموذج الغربي للعصرية يعرض مكونات معينة لها قيمة عالمية. ويقول أنه من الناحية العملية لن توجد زيادة ملموسة في محو الأمية إلا بعد أن تصل نسبة الحضرية "Urbanization" في دولة ما إلى حوالي ١٠٪. ولذلك فإن الحضرية ومحو الأمية يتومان معاً إلى أن يبلغا نسبة ٢٥٪. وحين تصل نسبة الحضرية إلى ٢٥٪، حينذاك تتناسب العلاقة الوثيقة لنمو الوسائل الإعلامية مع الزيادة في محو الأمية. إن زيادة التعرض للوسائل الإعلامية أدت إلى زيادة إسهام الجماهير في الحياة الاقتصادية والسياسية (مثل دخل الفرد والتصويت في الانتخابات).

ويضيف ليرنر أن الدراسات الحديثة قد دلت على أن نفس النموذج الأساسي يعود إلى الظهور في جميع قارات العالم بصرف النظر عن توجهها في اللون والعقيدة والثقافة^(٢). وهذا يعني أن أهمية النموذج الغربي ليست فقط في قيمته الأثرية بل تمتد إلى مشاكل التنمية في الدول المعاصرة في الشرق الأوسط^(٣).

(1) Etzioni, 1973, op. cit., p. 177.

(2) - Lerner, op. cit., p. 46,

- Daniel Lerner, "International Cooperation and Communication in National Development" in Lerner and Schramm (eds) Communication and Change in the Developing Countries, Honolulu: East-West Center press 1972, pp. 98- 102.

(3) Max Millikin and D.L.M. Blackmer The Emerging Nations Boston, Van Nostrand, 1961.

ويقول ماك كليلاند "Mc Celland" أن جزءاً من عملية المصرية يشمل تعلم مهارات جديدة وقبول أفكاراً جديدة عن طبيعة العالم والعلاقات الإنسانية. أما الجزء الآخر من العملية فيقتضي قبول قيم جديدة وتغيير الأفضليات. وهناك بعد آخر للعملية أكثر عمقاً ينادى بتغيير أساسى من أجل تبني الأفكار المستحدثة وتغيير الاتجاه الذى يظهر فيه أن الطاقات الإنسانية يمكن توجيهها توجيهاً سليماً. ومن الواضح أن المشاكل التى تعوق التنمية السياسية لا ترتبط بالتردد فى اتخاذ القرار السليم بقدر ارتباطها بالاضطرابات الناتجة من تعدد الدوافع والرغبات والقدرة على الحسم فى القرار.

وقد أمكننا فى السنوات الأخيرة أن نزيد معرفتنا عن أن مجرد تحطيم القيود التقليدية لبعض الناس لا يمكن أن تعنى انطلاقهم فى تحقيق أهدافهم الإنتاجية وتنمية قدراتهم على الإنجاز⁽¹⁾.

يرى هروام "Schramm" أن التنمية تعنى زيادة سريعة فى إنتاجية المجتمع نتيجة لميكنة الزراعة، وأن قلة الإنتاج هو نتيجة لاستعمال الأدوات البدائية فى الزراعة، وعدم وجود أو نقص السداد، والافتقار إلى الآلات، مع وجود نسبة عالية للإستهلاك. ولكن هنا عدة متطلبات للتنمية يجب أخذها فى الحسبان وهى: التزينة، محو الأمية، التدريب، المهارات الميكانيكية، التعليم، تحسين الصحة، ووجود التسهيلات المعيشية⁽²⁾. وتعد كل هذه متطلبات أساسية تمكن أية دولة من استخدام مواردها البشرية استخداماً كاملاً.

ويحلل سملسر، وبارسون "Parsons, Smelser" عملية التغيير التى تتألف بها وطائف المجتمع الرئيسية استقلالاً فى البناء. فمن طريق المصرية تبرز وحدات

(1) David Mc Clelland, "National Character and Economic Growth in Turkey and Iran." in Lucien Pye (ed) Communication and Political Development, Princeton. N.J. Princeton University Press, 1963, pp. 152-181.

(2) Wilbur Schramm. Mass Media and National Development, California, Stanford University Press. 1964, p. 23

اجتماعية خاصة. وقد كانت الأسرة هي الوحدة التي يوجد من خلالها العمل والدين والتعليم من بين أشياء أخرى. أما الآن فقد انتقل العمل إلى المصنع والمكتب، كما انتقلت الخدمات الدينية إلى الكنائس والمساجد، أما التعليم الرسمي فقد انتقل إلى المدارس^(١).

ويصفة عامة فإن الانتقال ليس دائماً عملية سهلة، والعصرية لا يمكن أن تحدث دون إحداث تصدع في الأنماط القديمة.

وقد ناقش روستو "Rostow" التنمية الاقتصادية ومفهوم "الانطلاق" "Take-off" الذي أصبح منذ ذلك الوقت تعبيراً يستعمل في العلوم السياسية وعلم الاجتماع. ففي رأيه أن الانتقال أو نقطة الانطلاق هذه تحدث خلال فترة محدودة من الزمن - جيل أو أقل - وأنه يحتمل أن تكون هذه النقطة نتيجة تنمية قطاعات اقتصادية معينة^(٢).

أما مور، وينديكس "Moore and Bendix" فكلاهما يرى أن الطابع المميز للعصرية هو التصنيع، إذ أنه القاعدة للانطلاق الاقتصادي. كما يركز الكاتبان على المظاهر غير الاقتصادية للتصنيع، وأثرها أولاً على القيم والنوافع المعقدة^(٣).

وأما إيزنستات "Eisenstadt" فيركز دراسته عن العصرية على الإطار الاجتماعي السياسي. ويرى أن الأزمات التي تواجهها العصرية في إنдонيسيا وباكستان وبيروما والسودان جاءت نتيجة تصاعد في السلطة السياسية وتعبئة

(1) Neil Smelser, "Mechanism of Change and Adjustment of Changes" in Wilbert Moore and Bert Hoselitz (eds) *The Impact of Industry*, Paris: International Social Science Council, 1975.

(2) Walt Rostow, "The Take off into Self-Sustained Growth," *The Economic Journal*, LXVI, 1956, No. 261, pp. 25-48.

(3) - Reinhard Bendix, "Industrial, Ideologies and Social Structure," *American Sociological Review* XXIV 1959. No. 5pp. 616-623.

- Wilbert Moore, "labor Attitudes Toward Industrialization in Underdeveloped Countries" *The American Economic Review* XLV 1955, No. 2, pp. 156-165.

الوحدات الاجتماعية مع الانتقال إلى تنمية موازية للنظام السياسي^(١).

ويعتبر جوسفيلد "Gusfield" من حجم التغيير الذي تتطلبه المصرية. ويستتبع من هذا أنه ليس من الضروري إنشاء عملية التغيير أن يهل الجديد محل القديم، ويصف عامة لأن قوى المصرية لا تصطف التقاليد^(٢).

ومن ناحية أخرى فإننا نؤكد ما يدعو إليه عنايات الله من الحث على وجود نمط أو هدف للتنمية لا يكون غريباً ولا يفرض على شعوب الدول النامية. فإياه ضد النظرية التي تقول أن العالم بأكمله متجه في حركة سريعة نحو نفس المصير ونفس نظام القيم الذي حدث للرجل الغربي. وهو لذلك يطلب مفهوماً جديداً للتنمية خاصاً لشعوب الدول النامية ولا يجب أن يقبل هذا المفهوم الاقتراحات القائلة بأنه من السهولة بمكان إحداث التنمية بأي مجموعة من القيم أو أن التقدم التكنولوجي لا يتم إلا على حساب كرامة الفرد. وهذا يتطلب أن تتبدع المجتمعات النامية طرقاً جديدة للتنمية يقوم الشعب بابتكارها ولا تكون مفروضة عليه، ولا يجب أن تفرض عليه عن طريق المعونة الغربية أو عن طريق نظام وطني يميل إلى المصرية. يجب أن يكون النمط نابعاً من المجتمع وأن يكون وابد اختيار حر للشعب في أية دولة^(٣).

عمليات التغيير

إذا نظرنا إلى تحليل معظم عمليات التغيير لوجدنا أن مختلف أجزاء أي نظام إجتماعي يعتمد بعضها على البعض الآخر. بحيث أن أية تغييرات في قطاع ما، تنبئها ضغوط تتطلب تغييرات للإصلاح في القطاعات الأخرى، وذلك إذا ما

(1) S.N. Eisenstadt, *Breakdowns of Modernization in Economic Development and Cultural Change* Vol. XII, No. 4, July 1964, pp. 345-367.

(2) Joseph Gusfield, "Tradition and Modernity: Misplaced Polarities in the Study of Social Change", in *American Journal of Sociology*, Vol. 72, No. 4, Jan. 1967, pp. 351-362.

(3) Attiya Inayatullah, "Toward a Non-Western Model of Development" in Lerner and Schramm, 1972, op. cit., pp. 98-102.

حرص النظام الاجتماعي على الإبقاء على نفسه، ويقول شرام "Schramm" أن جميع النظم السلوكية تحاول أن ترتفع بمستوى الأداء المرغوب إلى أقصى حد مع التقليل من التوتر والصعوبات إلى أدنى الحدود. وأن هذا الأداء المرغوب يعكس الحاجات والأهداف والقيم، بينما تعكس التوتر والصعوبات، الشعور بالخيبة، والجهد المصحوب بسلوك في اتجاه معين، ومن الصعب بمكان حتى بالنسبة لأحسن الأجهزة الإدارية أن تستبعد الضغوط كلية، وبناء عليه فإن هدف القيادة هو أن تعمل في حدود مستوى مقبول من الضغوط^(١).

ويرى هوسر "Hauser" أن المصدر الأساسي للخلافات الاجتماعية المتداخلة والضغوط لا يوجد في العلاقات بين الطبقات أو الأجناس ولكن يوجد بصورة عامة: بين السكان في مختلف المناطق السكنية^(٢).

وأما ماك إيفر "Mac Iver" فيتناول العوامل التي تسرع بالتغييرات الاجتماعية الرئيسية. وهو يرى أنه من الخطأ النظر إلى مثل هذه العوامل على أنها منفصلة عن غيرها، بل يجب وضعها في إطار النظام ككل أثناء تغييره^(٣).

ويعتقد ليرنر "Lerner" أن عملية المصرية تبدأ عندما ينتبه الفلاح إلى حقه في حرية الامتلاك، وعندما يفكر ابن المزارع في تعلم القراءة لكي تفتح له أبواب العمل في المدينة وعندما ترغب زوجة المزارع في وقف إنجابها للأطفال، وعندما تريد ابنة المزارع إرتداء ثوب جديد وأن تمتلئ بشعرها^(٤).

ومتى تم غرس بذور التغيير كان من الضروري أن نتعلم الكثير من المهارات الجيدة إبتداء من معرفة القراءة والكتابة إلى الزراعة والصحة وبعض الأعمال الفنية

(1) Wilbur Schramm, "Communication Development and the Development Process" in Pye, 1963, op. cit., pp. 30 - 57.

(2) Philip Hauser, "The Chaotic Society: Product of the Social Morphological Revolution", in American Sociological.

(3) R.M. Mac Iver, Social Causation, New York: Ginn and Company, 1942, pp. 163 - 178.

(4) Daniel Lerner, "Toward a Communication Theory of Modernization" in Pye, 1963, op. cit., pp. 327-350, and p. 348.

كإصلاح السيارة. وكان من الضروري تعبئة الشعب للاشتراك في هذا الجهد الكبير وإقناعه أن يظهر نشاطاً في تنفيذ البرنامج، وأن يشترك في التخطيط والحكم، وأن يشد الأحزمة على البطون وأن يقوى عضلاته، وأن يعمل فترة أطول وأن يترقب حسن الجراء^(١).

ويتكلم كالفن "Kallen" عن الأفكار المستحدثة فيقول أنها ربما تكون تلقائية أو لا شعورية، وغير مخطط لها، وربما تكون غير مرغوب فيها. وأن الأفكار المستحدثة وقبولها لا يحدثان بطريقة عفوية، ولكنهما يعتمدان على حاجات المجتمع الملحة، وعلى درجة عدم التنظيم، بالإضافة إلى مرونة المجتمع الذي أدخل فيه التغيير. والقاعدة هي أنه كلما زادت ديناميكية المجتمع كلما زاد استعداده لقبول وتبنى الأفكار المستحدثة^(٢).

أما لينتون "Linton" فيقول أنه حتى في المجتمع الواحد لا تتساوى فرص القبول لجميع أنواع الأفكار المستحدثة. وأنه لقبول فكرة مستحدثة معينة فمن الضروري أن تكون متمشية مع حاجة المجتمع واهتمامه وأن تتلام مع الإطار الموجود للمجتمع^(٣).

ويرتكز رأي ميردال "Myrdal" في أنه حينما تبدأ أية عملية للتغيير خطواتها الأولى فإنها تكتسب قوة دفع إضافية، حتى أنه إذا حدث تغيير في أي جزء منها أدى ذلك إلى تغيير في جزء آخر وهكذا^(٤).

(1) Philip Hauser, "The Chaotic Society: Product of the Social Morphological Revolution", in *American Sociological Review* Feb. 1969, Vol. 34, No. 1, pp. 1 - 18.

(2) Horace Kallen, "Innovation" in Edwings Seligman and Alvin Johnson (eds) *The Encyclopedia of Social Sciences*, New York : macmillan, 1937, Vol. 4.

(3) Ralph Linton, *The Study of Man*, New York, Appleton-Century Crafts, 1936pp. 304 - 343.

(4) Gunner Myrdal, *An American Dilemma*, New York : Harper and Row Linc., 1944, pp. 1065 - 1067.

أما لوجبرن "Ogburn" فيرى أن مختلف أجزاء النظام الاجتماعي الثقافي أو النظام الفرعي متداخلة، وبناء عليه فلن التغييرات في قطاع ما تتطلب تغييرات ملائمة في القطاعات الأخرى. (١)

أما كابليمن "Kaplan" فقد درس التحول "Transformation" وقواعده ويقول أنه عند ما يتوقف نظام ما يولد نظام جديد، وهذا التحول لا يحدث عفواً وإنما يقع أنماطاً معينة (٢).

والتحول في المؤسسات الاجتماعية يعتبر أمراً ضرورياً للمصرية، ولا يمكن أن يحدث إلا عن طريق التحول في السلوك الفردي، وما المؤسسات إلا نماذج روتينية للسلوك. وطالما يظل السلوك الفردي روتينياً بالطرق التقليدية تظل الهيئات الأخرى المشابهة في المجتمع تقليدية أيضاً. وإن تخطى تلك المؤسسات أية خطوة نحو التحول أو المصرية إلا إذا غير الأفراد طريقتهم السلوكية بشئ يحولها تدريجياً لكي تتناسب مع حاجاتهم الجديدة (٣).

ويقول روجرز "Rogers" أن النتائج المتحول يكون غالباً مختلفاً. عن النموذج الأصلي. ذلك أن العمل الخلاق لعملية النقل لا يكون مجرد تحويل إلى، بل أنه يعني اختراع بديل فعال مثمر لنماذج غريبة ملائمة كبديل يمكن تطبيقه تحت الظروف الراهنة للبلد بنفس كفاءة الغرب (٤).

المبادرة البشرية في التغيير الاجتماعي

وهنا نطرح هذه الأسئلة: كيف يتم توجيه التغيير أو إدارته أو تشكيله؟ هل تستطيع الصفوة أن تفرض إرادتها؟... وما هو الدور الذي يمكن أن يلعبه الناس؟ وما هو الدور الذي يمكن أن يكتسبه في التحكم في القوى التي تشكل حياتهم؟

(1) William Ogburn, Social Change, New York, Viking Press, 1922, pp. 200 - 212.

(2) Morton Kaplan, "System and Process" in International Politics, New York: John Wiley & Sons, 1957, pp. 9. 10.

(3) Lerner 1972 op. cit., p. 118.

(4) Everett Rogers, Diffusion of Innovation, New York: The Free Press of Glencoe, 1962.

يمثل لنديبوم "Lindblom" مدرسة الفكر المتشائم والمحافظة، واليائس من التخطيط، ومن تكيف الأشخاص الذين لا يحكمهم أى رابط، سواء الإدارة المركزية أو الهدف المشترك السائد.

ويعتقد أن القرارات المركزية كثيراً ما تكون غير فعالة، بينما تكون القرارات اللامركزية استغلاية، ولذا فهو يدعو إلى نظرية "إترك الفرد يعمل" *Laisssez faire*^(١).

ويأتى داهر دنورف "Dahrendorf" برأى ممارض فهو يدعو إلى وجود عالم أى مجتمع، مخطط له، ويقول أن هناك نمطين مختلفين للتكوين الاجتماعى وكلاهما منطقي. أما الأول فهو متحرر وفيه تحمل كلمة المنطقية معنى شبه اقتصادى "quasi-economic" أى أقصى الفائدة بقلل التكاليف، وأما النمط الثانى، فهو التخطيط المركزى، والذى يرى فى المنطقية إرساء للقواعد العامة الاجتماعية الكائنة^(٢).

وينقل كولمان "Coleman" المناقشة إلى القول بعدم ارتباط التغيير الذى يمكن أن يحدث للأشخاص بالمعاهد بقدر ارتباطه بالدوافع الكامنة فى هؤلاء الأشخاص للإنجازات التالية، فإذا لم يكن للتعليم أحياناً التأثير المطلوب، ظهرت الحاجة إلى تغييرات واسعة النطاق وأساسية من أجل دفع كثير من الأهداف الاجتماعية إلى الأمام، وكثيراً ما تكون الثورة حلاً للوصول إلى مثل هذه التغييرات^(٣).

(1) Charles Lindblom The Intelligence of Democracy: Decision Making Through Mutual Adjustment, New York: The free Press 1965, pp. 3-4, 226-245.

(2) Ralf Dahrendorf, "Market and Plan", Essays in the Theory of Society, California Stanford, Stanford University Press, 1968, pp. 217-231.

(3) James Coleman, Equality of Educational Opportunity, National Center for Educational Statistics, 1966, pp. 3 -32.

وأُسفرت دراسة برنتون "Brinton" عن تشابه الثورات، إلى أن الحركات الثورية لا تتبع من يأس الجماعات المطحونة تماماً ولكن قد تنشأ من عدم رضا الجماعات عن الطريق الذي تسير فيه^(١).

انواع التغيير الاجتماعي

تغييرات كامنة ومكتسبة

Immanent and Contact Change

هناك تصنيفات عديدة للتغييرات الاجتماعية. ومن أفضل الوسائل لاستعراض التغييرات الاجتماعية أن نركز اهتمامنا على مصدر التغيير، فإما كامن أو مكتسب^(٢).

ويستعمل بارسون "Parson" لفظي "Endogeneous" داخل القبيلة، و "Exogenous" خارج القبيلة كمصدرين للتغيير بدلا من اللفظين السابقين (كامن أو مكتسب على التوالي)^(٣).

التغيير الكامن:

يحدث عندما يطرح بعض أعضاء نظام اجتماعي ما - سواء يكون تأثير خارجي أو بتأثير خفيف - فكرة جديدة ويعملون على تطويرها وبعد ذلك تنتشر من خلال النظام.

(1) Crane Brinton, *The Anatomy of Revolution*, New Jersey: prentice Hall, 1952, pp. 227 - 285.

(2) Rogers and Svenning, 1969, op. cit., pp. 3 - 8.
- Rogers and shoemaker, 1971, op. cit., pp. 7-17.

(3) Parsons, 1961, op. cit., pp. 219 - 239.

التغيير المكتسب:

يحدث عندما تقدم مصادر خارجية عن النظام الاجتماعي فكرة جديدة، ويتم التغيير المكتسب نتيجة للاختيار أو التوجيه.

(أ) التغيير المكتسب الاختياري: Selective contact change

ينتج عندما يتعرض أعضاء المجتمع لتأثيرات خارجية، وتكون لهم حرية تبني أو رفض فكرة جديدة من المصدر حسب احتياجاتهم.

(ب) التغيير المكتسب الموجه (أو المخطط):

Directed contact change

وهذا التغيير تمليه فئة من الخارج تأتي إما لحسابها أو ممثلة لوكالات للتغيير، وتسعى عن قصد إلى فرض أفكار جديدة للوصول إلى أهداف محددة.

هذا وإن معظم التغييرات التي تحدث في أيامنا هذه موجهة، ولذلك انصب اهتمامنا في دراستنا بهذا الكتاب على هذا النوع من التغيير.

إن برامج التنمية العديدة التي تقوم بها الحكومة والتي تهدف إلى إدخال الأفكار المستحدثة التكنولوجية في الصحة والتعليم والصناعة ما هي إلا أمثلة معاصرة للتغيير الموجه.

الاتصال والتغيير الاجتماعي

نعني بالاتصال - كما سبق القول - عملية نقل الرسائل من مصدر ما إلى مستقبل واحد أو مستقبلين كثيرين. وتمتد هذه العملية مظهرًا حيويًا من مظاهر التغيير الاجتماعي: فهي حقًا المفتاح الذي يفتح الباب للتغيير، وهي تكمن في كلا نوعي التغيير⁽¹⁾.

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 4.

واقنونات وسائل الإعلام "Mass media channels" تأثير أكبر في خلق المعرفة حول الأفكار المستحدثة، بينما نجد أن تأثير الاتصال المباشر "Interpersonal channels" تفوق تأثير وسائل الإعلام في تغيير الاتجاهات نحو فكرة مستحدثة^(١).

وانذلك فإن الاتصال يعد جزءاً أساسياً للتغيير الاجتماعي، وربما يركز كل تحليل للتغيير الاجتماعي في النهاية على عمليات الاتصال.

وتقوم الفكرة النظرية العامة بهذا الكتاب على أن عملية الاتصال عملية متكاملة، وهي عبارة عن عناصر حيوية من عناصر العصرية والتنمية.

التغيير في النظامين الاجتماعي والفردى

Individual and Social System Changes

تتاولنا التغيير الاجتماعي من ناحية الخطوات العملية التي تحدث، ولكن طبيعة الوحدة التحليلية تمدنا بنظرة أخرى تجعلنا نقسم التغيير الاجتماعي إلى:

١- تغييرات كثيرة تحدث على المستوى الفردى وهي التي يشار إليها بعبارات مختلفة مثل الانتشار، التبني، العصرية، التثقيف، التعليم، المشاركة أو الاتصال^(٢).

٢- تغييرات تحدث، على مستوى النظام الاجتماعي. تسمى هذه التغييرات. التنمية أو التمييز أو التكامل أو التلقم^(٣).

(1)- S.A. Rahim, Diffusion and Adoption of Agricultural Practices: A Study of Patterns of Communication, Diffusion and Adoption of Improved Agricultural Practices in a Village in East Pakistan, Co Milla, Pakistan Academy of Village Development, 1961, p. 48.

-- Robert manson, "The use of information Sources in the Process of Adoption" Rural Sociology, 1964. pp. 40 - 52.

(2) Rogers, 1969, op. cit., p. 8.

(3) Rogers, 1969, op. cit., p. 10.

ومن الواضح أن التغيير على هذين المستويين مترابط كل الترابط، فقد تودى بعض التغييرات في النظم (مثل إغلاق موانئ بلد من البلدان) إلى تغييرات فردية كثيرة مثل: (اتخاذ قرارات إنتاج محاصيل أو منتجات جديدة)، وبالمثل فإن تجميع عدد كبير من التغييرات الفردية ربما ينتج عنه تغيير مستوى النظام السائد كان يقرر المزارعون مثلاً تبني نوع ما من المحاصيل ذات الغلة العالية فيؤدي هذا في النهاية إلى تغييرات تؤثر على الميزان التجاري الدولي للبلاد.

التنمية: تغيير في النظام الاجتماعي

Development :Social System Change

تعد التنمية نوعاً خاصاً من التغيير الاجتماعي، حيث يتم إدخال أفكاراً جديدة على المجتمع بهدف زيادة الدخل للفرد والارتفاع بمستوى المعيشة من طريق استخدام وسائل إنتاجية أكثر مصرية وتنظيم اجتماعي مطور.

ويعرف كابلو، وفينستريش "Caplow & Finsterbusch" التنمية بأنها العملية التي من طريقها يقوم مجتمع معاصر بتحسين رقابته للبيئة بواسطة تكنولوجيا قادرة متزايدة، ويطبقها بواسطة مؤسسات شديدة التعقيد^(١).

وكثيراً ما تنقسم شعوب العالم إلى مصكرين على أساس مقاييس اقتصادية واجتماعية معينة مثل الأقل والأكثر نمواً، أو التقليدي والمصري.

وعلى الرغم من التباين أو التباين الشديد "Heterogeneity" بين الدول الأقل نمواً إلا أن لها سمات ومشاكل متشابهة.

ويمكن القول أن المجتمع الأقل نمواً يتسم بالخصائص التالية:

(1) Theodore Caplow, and Kurt Finsterbusch, *Development Rank: A New Method of Rating National Development*, Columbia University, Bureau of Applied Social Research, 1964.

- ١- انخفاض نسبي للدخل الفردي.
 - ٢- إنتاجية ضعيفة نسبياً للفرد.
 - ٣- تجارة ضئيلة.
 - ٤- نسبة عالية من الأمية.
 - ٥ - مواصلات وإمكانات إعلامية محدودة.
 - ٦- عقلية غير سليمة.
 - ٧ - صناعة ضئيلة وعدد قليل من الفنيين المهرة.
 - ٨ - حكومة سياسية غير مستقرة.
 - ٩ - نسبة عالية للمواليد والوفيات ومتوسط عمر قصير.
- ومن الملاحظ أن هذه الخصائص متداخلة ومتشابهة، فالتقص في الصناعة والفنيين مرتبط بمحو الأمية، والتقص في المواصلات وإمكانات وسائل الإعلام يؤثر كل منهما في الآخر^(١).
- وهذه السمات يمكن تشبيهها بلغة الخيط المعقدة التي تتكلى منها خيوط عديدة ومن المشاكل الملحة الخاصة ببرامج التفسير المخطط بالنسبة للدول الأقل نمواً، معرفة أية خيوط تبدأ بشدها من أجل الوصول إلى هدف بناء دولة أكثر عصرية.
- هذا ومن وجهة النظر الوظيفية "Functionalist" السائدة في علم الإنسان والاجتماع وبعض العلوم الاجتماعية الأخرى نجد أن جميع المؤسسات الاجتماعية الرئيسية في مجتمع ما ترتبط ببعضها البعض، وتعتمد على بعضها البعض. فعلى سبيل المثال إذا رأينا أية زيادة تطراً على معدل محو الأمية، لابد وأن تصاحبها زيادة معاشة في التصنيع والتحضّر والمشاركة السياسية. وعلى هذا النحو أيضاً كلما اتسع نطاق التحضر، كلما أدى ذلك إلى زيادة الحاجة لمحو الأمية^(٢).

(1) Rgers, 1969, op. cit., p. 9.

(2) See Seymour Martin Lipset, *Political Man: The Social Bases of Politics*, New York: Doubleday, 1960.
Philips Cutright, "National Political Development: Measurement and Analysis" *American Sociological Review*, 1963, No. 28 pp. 153 - 164.

العصرية : التغيير الاجتماعي الفردي

Modernization : Individual Social Change

العصرية على المستوى الفردي تقابل التنمية على المستوى الاجتماعي^(١). فالعصرية هي العملية التي يغير بها الأفراد من طريقة معيشتهم من طريقة تقليدية إلى طريقة أكثر تعقيداً، متقدمة تكنولوجياً، ويتم فيها تغيير سريع في أسلوب الحياة.

ويعرف ليرنر "Lerner" هذا المفهوم بأنه اتجاه نحوي "Secular" ذو اتجاه واحد "Unilateral" أي من الحياة التقليدية إلى أسلوب المشاركة في الحياة^(٢).

ويعرف ريسمان "Riesman" الاتجاه نحو التقليدي (وهو عكس العصرية) بأنه استحالة فهم البدائل للطرق المعينة التي يعمل أو يفكر أو يؤمن بها الناس - تحت ظروف ثقافة ما - وأنه إحساس بأنه ليس في الإمكان وجود شيء غير ما هو قائم فعلاً^(٣).

أما إنكلز "Inkeles" فيصف "Modernity"^(٤) على أنها تتصل بتناحية نفسية وهي أقل ارتباطاً بالزمان والمكان والأشياء وأكثر ارتباطاً بالحالة الذهنية.

وإن تعريفنا للتغيير الاجتماعي الفردي لا يطابق أبداً مما سلف ذكره، ولكنه يشترك فيما تحمله العصرية من معنى أي أننا نرى أنها عملية فردية تحول الشخص سيكولوجياً إلى شخص غير تقليدي. ويتفق رأينا في ذلك مع رأي روجرز.

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 14.

(2) Lerner, 1958, op. cit., p. 89.

(3) David Riesman, *Faces in the Crowd, Individual Studies in Character and Politics*. New Haven, Conn. : Yale University Press, 1952.

(4) Alex Inkeles, "Becoming Modern" paper presented at Michigan State University, 1967.

هذا وإتانا نحتر من الواقع في ثلاثة أخطاء شائعة في مفهوم العصرية:

١- كثيراً ما يقصد بالعصرية أنها الاتجاه نحو الأوروبية أو الغرب. ولكننا نرى أن العصرية ليست كذلك.

فإذا ما استعمل لفظ «الاتجاه نحو الأوروبية» أو «الاتجاه نحو الغرب» فإن هذا يعني أن مصدر التغيير والدافع إليه يأتي حتماً من أوروبا أو من الشعوب الغربية. وهو يعني أيضاً أن الدول التي تتبنى أفكاراً تابعة من الغرب تصبح إلى حد ما مثل الغرب.

وفي رأينا أن هذه النظرية محدودة وغير دقيقة إلى حد كبير. إذ إن العصرية عبارة من نتاج الطرق "Synthesis" القيمة والحديثة للحياة وهي بهذا تختلف من بيئة إلى أخرى^(١).

٢- كثيراً ما نظن أن «العصرية» هي أسلوب مبالغ وجيد للحياة. ولكن لا يجوز أن نترك ذلك على محله. فالعصرية تحدث تغيراً يحتمل أن يؤدي ليس فقط إلى الفائدة ولكن أيضاً إلى الصراع واللام والمساواة النسبية^(٢).

٣- ليست عملية العصرية ذات بعد واحد "Unidimensional" ولذا فهي لا تخضع لمقياس أو مؤشر واحد. ومن الخطأ الاعتقاد أن المستوى العالي لمعيشة الفرد يعني بالضرورة أنه مجدد أو في طريقه إلى العصرية. إذ ربما أنه في الواقع إنساناً تقليدياً. ومن ثم فإنه يجب النظر إلى العصرية على أنها عملية تتداخل فيها عدة عوامل حتى أنه يجب قياس أكثر من مظهر واحد لسلوك الفرد قبل تحديد وضعه كجزء في عملية العصرية المستحدثة.

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 15.

(2) Cyril Black, *The Dynamics of Modernization: A Study in Comparative History*. New York: Harper and Row, 1966, p. 27.

هذا وإن مستوى المعيشة، والأمان، ومحو الأمية، والتعليم، والمشاركة السياسية، والانفتاح على العالم والاتصال، عوامل تكون المصرية^(١).

وخلاصة القول أن المصرية هي مفهوم متعدد الأبعاد "Multidimensional" لا يمكن معادلته بالأوروبية - أو الاتجاه نحو أوروبا "Europeanization" أو الغربية (الاتجاه نحو الغرب) "Westernization". ولا يعنى ذلك أن المصرية هي دائماً أسلوب مرغوب فيه.

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 15.

الفصل الخامس

دور وسائل الإعلام فى التنمية الاجتماعية

إنتهينا فى الفصل السابق من دراسة مفهوم التغيير الاجتماعى. وقد عرضنا نظريات متعددة فى هذا المجال. كما عرضنا أيضاً مفاهيم الدرجات المختلفة من التغيير سواء أكان ذلك فى مجال التنمية فى النظم الاجتماعية أو التجديد بالنسبة للفرد فى المجتمع مع التركيز على التنمية فى النظم الاجتماعية حيث أنها العنصر الأساسى الذى نتكلم عنه فى هذا الكتاب.

وفى هذا الفصل سنقوم بالربط بين الإعلام والتنمية الاجتماعية، مع شرح بعض نظريات الباحثين، والمتخصصين، بالنسبة للور الذى يمكن أن يقوم به الإعلام فى خدمة التنمية وتحقيق التقدم الاجتماعى.

وعندما ندرس دور وسائل الإعلام فى التنمية الاجتماعية فإننا لا نعنى بذلك دراسة الأشياء التى تؤثر فى المجتمع، وإنما نعنى دراسة المجتمع نفسه وهو يقوم بمباشرة أنشطته الأساسية.

ويجب أن نوضح أن تأثير الاتصال الجماهيرى يعتمد، فى كل وقت، على ظروف الطبقات المختلفة للمجتمع وحاجاتها وأهدافها.

وهنا يجب علينا أن نكف عن التساؤل «ماذا تفعل لنا وسائل الإعلام...؟» ويجدر بنا أن نتساءل «ماذا نفعل لأنفسنا بوسائل الاتصال...؟». إن وسائل الإعلام أدوات فعالة، وهى تقع فى أيدينا سلطة هائلة لنفعل بها ما نريد لمجتمعنا. ويرى «شرم» أن بإمكانها أن تساعدنا على تدمير المجتمع أو تحسينه إلى أبعد الحدود، وفى إمكانها أن تساعدنا على رفع مستواه أو خفض من شأنه، كما يمكنها أن تجعلنا نشترك فى التطعيم أو المعلومات المفيدة أو العزوف عن الإقبال عن مثل هذا التقدم، ولكن لا يمكن لوسائل الإعلام القيام وحدها بهذه المهمة، فما هى إلا أدوات

كالات طباعة وأدوات توصيل حسية، وفي مقبورنا استعمالها كيفما شئنا^(١). «ولذلك يقع على عاتقنا أن نفكر بتمعن كيف نستعملها وما هو الهدف من استعمالها.

وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية

Mass Communication and Social Development

يعتقد باي "Pye" أن الاتصال هو نسج المجتمع الإنساني، وأن بناء نظام اتصال بقتواته المحددة، هو هيكل التكوين الاجتماعي الذي يلفه، وأن مضمون الاتصال هو بالطبع خلاصة العلاقة الإنسانية. وأن سريان وسائل الاتصال يحدد اتجاه وسرعة ديناميكية التنمية الاجتماعية. وعليه فمن الممكن تحليل كل عملية اجتماعية على أنها بناء ومضمون وسريان الاتصال^(٢).

ويذكر شرام "Schramm" عدداً من الوظائف الأساسية للاتصال والتي يمكن اعتبارها إسهاماً إيجابياً للمجتمع. فهو يقول أن الاتصال يخلق شعوراً بالانتماء إلى الوطن. وهذا الشعور كفيل بتحويل الاهتمام من المجال المحلي إلى الشئون والاهتمامات القومية. ومن مهام الاتصال نشر وتوضيح التخطيط القومي وتعليم المهارات اللازمة التي تساعد على إدخال طرق جديدة للمعيشة، كما يجب استخدام الاتصال لنشر عملية محو الأمية والتخصص الفني. وبهذا يقوم الاتصال بإعداد الناس للقيام بدورهم الجديد، ويحفزهم على أن يبذلوا مجهودات أكبر وأن يقيموا مزيداً من التضاميات^(٣).

والإتصال وظيفة أخرى لا تقل أهمية، ألا وهي إعداد الناس كأعضاء في أمة واحدة للقيام بدورهم باعتبارهم أمة من بين أمم العالم.

(1) Wilbur Schramm, "Mass Communication" in George Miller, (ed) Psychology and Communication, Princeton, New Jersey: Voice of America Forum Series, 1974, pp. 247-258.

(2) Pye, 1963, op. cit. p. 4.

(3) Wilbur Schramm, "Communication Development and Development Process", in pye, 1963, op. cit., pp. 38 - 42.

ومن ثم فإن الاتصال يؤدي إلى توسيع أفق الجماهير من الصعيد المحلي إلى القومي ثم إلى الصعيد الدولي^(١).

ويعتقد باي "Pye" أن وسائل الإعلام وغيرها من الوسائل الأخرى للاتصال يمكنها أن ترمي أركان الاتجاه العام للاتصال الاجتماعي المجتمع بأكمله، إذ يمكنها تيسير تبادل الآراء، وهي بذلك تستطيع أن تخلق بيئة تشجع على انسياب أكثر سهولة للاتصال الاجتماعي في المجالات الخاصة للحياة، ويؤدي هذا التطور بدوره إلى تشجيع ازدياد مجال الثقة وإلى طريقة أسهل للعلاقات الاجتماعية^(٢).

ويؤيد ديوب "Dube" الرأي القائل بأن الاتصال أصبح معترف به كعامل رئيسي في عملية التغيير الموجه، ولكنه يعتقد أيضاً أنه في أثناء عملية التنمية لا يكون الاتصال سوى أحد عوامل عديدة. إذ لا يمكن بالاتصال وحده تحقيق أية تنمية اقتصادية أو تغيير فني، بل يجب أن يكون ذلك الاتصال مدعماً بالخدمات والإمدادات، ومع ذلك فإن الاعتراف بإمكانيات الاتصال في برامج بناء الأمة يتزايد يوماً بعد يوم^(٣).

ويرى راو "Rao" أن في وسائل الإعلام عاملاً ميسراً للانتقال السهل من الطرق التقليدية إلى الطرق العصرية، وأن الأفكار الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تنقلها وسائل الإعلام تزيد مجالات المعرفة عند القرويين، وبهذا يزداد الفهم والإجماع اللذان لمجتمع أكثر عصرية^(٤).

ويقول شرام "Schramm" إن استعمالاتنا لكلمة ثورة عند الحديث عن التفاعل الاجتماعي مع الاتصال الجماهيري لم تكن من محض الصدفة، ومنذ وجود

(1) Schramm, 1963, op. cit., p. 40.

(2) Lucien Pye, "Communication, Institution Building and the Reach of Authority", in Lerner and Schramm, (eds) 1972, op. cit., pp. 35-56.

(3) C. Dube "A Note on Communication in Political Development", in Lerner and Schramm, 1972, op. cit., pp. 92 - 97.

(4) Lakshmana-Rao, The Role of Information in Economic and Social Change: Report of a Field Study in Two Indian Villages-Minneapolis: University of Minnesota Press 1963.

وسائل الإعلام وهي تشارك في كل تغيير اجتماعي ذي أهمية، مثل الثورات الفكرية والسياسية والصناعية، والثورات التي تحدث في النطق والتطلعات والقيم. لقد علمنا الإعلام القاعدة الأساسية التالية: حيث أن الاتصال هو العملية الاجتماعية الجوهرية، وحيث أن الإنسان قبل كل شيء يقوم بخلق المعلومات، فإنه، عادة، يصاحب التغيير الاجتماعي الرئيسي تغيير في نوعية المعلومات مع استخدام أساسي ورئيسي لوسائل الاتصال^(١).

ويضيف شرام "Schramm" أنه في مقدورنا أن نرى أن طبيعة التفاعل بين وسائل الإعلام والمجتمع تظهر على شكل مصفر في بعض الدول الناشئة التي انتقلت من ثقافة شفوية إلى ثقافة إعلامية. وفي هذه البلاد أمكن ضغط خمس مائة عام من عمر تنمية الاتصال إلى ما يقرب من عشر تلك الفترة، وذلك بفضل أدوات الاتصال المتاحة. وفي كثير من الحالات يتغير سير النمو بحيث لا يتبع النمط التاريخي في الطباعة، وفي الصورة، وفي السينما ثم في الإلكترونيات وكثيراً ما نجد وسائل الإعلام الإلكترونية تسبق الطباعة مثلاً حيث تستطيع تخطي حواجز الأمية^(٢).

وتهتم الدول، عادة، بإبخال وسائل الإعلام وتطويرها في المدن أولاً ثم نشرها بعد ذلك في القرى. وذلك فمن الممكن في كثير من البلاد أن نرى الثقافتين الشفوية والإعلامية تسيران جنباً إلى جنب، وإذا نظرنا إلى هذه المناطق قبل إبخال الوسائل الإعلامية ثم بعدها أوجدنا فرقاً مذهلة.

ويؤيد شرام "Schramm" هذه التلمذة عندما يروي أنه عاش في قرية كانت وسيلة الاتصال الوحيدة فيها بالحكومة وبرنامجها للتنمية لمدة عدة شهور في محصل الضرائب. وفي قرى أخرى لاحظ أن الاتصال يتم في القرية بواسطة الإعلام وأحياناً بواسطة الأشخاص الاجتماعيين. ولكن الناس كانوا يمانون من خيبة الأمل

(1) Schramm, 1973, op. cit., p. 16.

(2) Schramm, 1974, op. cit., p. 249.

إذ يبدو أنه لم تكن توجد قناة يعبر بها القرويون للحكومة عن رغباتهم وحاجاتهم. بينما تجول في قرى أخرى من تلك التي دخلت فيها وسائل الإعلام فوجد فيها هيئة من العاملين النشطين في مجال التنمية والخدمات الاستشارية في مجال الصحة والزراعة. كما شعر القرويون فيها بحرية في الكلام مع قائمتهم السياسيين المحليين وبالثقة في أن كلماتهم ستصل إلى أسماع المسؤولين في الحكومة.

ومن الواضح أن الحالة الأخيرة هي التي توفر الأرض الخصبة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية^(١).

وقد أشار هارولد إينس "Harold Innis" إلى أن حياة القرية، عندما تمر من الثقافة الشفهية إلى الإعلامية، تهتم بالمكان أكثر مما تهتم بالزمان، وبما يمكن عمله بدلاً مما تم عمله، حيث تبدأ مجالات التفكير في الدوران^(٢).

ولا يمكن تحقيق خطط ومعدلات التنمية في هذه البلاد الناشئة بدون مساندة وسائل الإعلام لها ومساهمتها في توسيع وقعة التعليم ومساعدة البالغين من المواطنين في تحسين مستوى معيشتهم^(٣).

ويقول ليرنر "Lerner" إن وسائل الإعلام قد أتاحَت الجماهير العريضة عالماً خفياً، تحيطها فيه بالأحداث والتغيرات. وما زالت وسائل الإعلام، تأتي بتأويل من الحياة المعيشية الجديدة والفريدة إلى البيئة التقليدية لسكان الريف في القرى^(٤).

وتقوم وسائل الإعلام بتنمية الحواس في الإنسان فهي تساعد الأفراد على أن يروا ويسمعوا الأشياء على مدى أبعد مما توفره لهم عيونهم وأذانهم. بل إنها

(1) Wilbur Schramm, "Communication and Change" in Lerner, and Schramm, (eds) 1972, op. cit., p. 23.

(2) Harold Innis, The Bias of Communication. Toronto: University of Toronto Press, 1951.

(3) Schramm, 1973, op. cit., p. 25.

(4) Daniel Lerner, "International Cooperation and Communication", in Lerner and Schramm, 1972, op. cit., pp. 122-123.

وهي تفعل ذلك إنما تزيد أحاسيس الإنسان بالناس من حوله ومن ثم تزيد التفاهم
البشرى^(١).

ويتناول ماكلوهان "Mc Luhan" وسائل الإعلام من الزاوية السيكيولوجية
وليس من ناحية المؤسسات، فيركز اهتمامه على أن وسائل الإعلام هي التي تؤثر
على وجهة نظر شخص ما بالنسبة للعالم وعلى الطريقة التي يفكر بها أكثر مما تؤثر
اللغات. وفكرته الأساسية هي أن وسائل الاتصال عبارة عن كتابات اجتماعية
واسعة لا تقتصر مهمتها على نقل المعلومات، بل تطلعنا على طبيعة العالم الذي يوجد
حولنا. وهي لا تثير حواسنا ولا تقدم لها المتعة فحسب ولكنها تغير أيضاً من طباعنا
عن طريق تغيير نسبة الأداة الحسية التي نستعملها.

ولم يكن ماكلوهان "Mc Luhan" أول من قال أن الأشياء التي كتبت عنها
كلمات هي، في الواقع، أهم من الكلمات ذاتها، ولكن أسلوبه في التعبير عن ذلك كان
أبلغ تعبير، وهو أن «الوسيلة هي الرسالة»^(٢).

ومع ذلك فإن شرام "Schramm" يعارض وجهة نظر «ماكلوهان» في أن
«الوسيلة هي الرسالة»، ويقول أن الرسالة أكبر بكثير من الوسيلة، والآخر الذي يهمنا
أكثر من غيره لوسائل الإعلام هو أن الإنسان يستخلص الكثير من نظريته وتقييمه
للبيئة عن طريق وسائل الإعلام.

بعض الأهداف والهام التي تقوم بها وسائل الاتصال الجماعية في المجتمع؛

في مقال للعالم السياسي هارولد لاسويل "Harold Lasswell" الذي قام
بأبحاث رائدة من الاتصال الجماهيري، حدد ثلاث مهام الاتصال في المجتمع:

-
- (1) Lerner, 1958, op. cit., p. 53.
and Lerner, 1972, op. cit., pp. 123-124.
 - (2) Marshall Mc Luhan Understanding Media: The Extension of
man. New York: Mc Graw Hill, 1966.

١- مراقبة البيئة.

٢- الترابط بين أجزاء المجتمع المختلفة في الاستجابة للبيئة.

٣- نقل التراث الاجتماعي من جيل إلى جيل^(١).

أولاً: مراقبة البيئة "Surveillance of the Environment":

تعنى تجميع وتوزيع المعلومات المتعلقة بالأبحاث في البيئة سواء في خارج أى مجتمع أو داخله. ومعنى مراقبة البيئة يتفق إلى حد ما مع المفهوم العام لما يسمى بتداول الأنباء.

هذا وقد انتهزت مجموعة من العلماء الاجتماعيين، في عام ١٩٤٥، فرصة إضراب جريدة محلية في مدينة نيويورك لدراسة ما افترقه الناس حينما لم يتلقوا جريدتهم اليومية التي كانت ترد إليهم بانتظام. وجدوا أن من الوظائف الواضحة والمؤكدة للصحيفة اليومية بالنسبة لسكان المدينة أنها كانت مصدراً للمعلومات الروتينية، وأنها تمد الناس بمعلومات عن الإذاعة المحلية وحفلات السينما ومبيعات التجار المحليين، والوفيات، وآخر صيحة للأزياء. كما أنه كانت هناك وظيفة أخرى لوسائل الإعلام وهي أنها تزيد من مكانة الأفراد الذين يعملون جهداً للإلام بالأحداث.

وبعبارة أخرى فإن الصحيفة تؤدي إلى أن تكون الأنباء في متناول الجميع، ولكن ليس معنى ذلك أن يتابعها الجميع. إذ أن الإحاطة بالمعلومات يعتبر من قبل أولئك الذين يلتزمون بهذا المعيار الاجتماعي - من الأشياء التي من شأنها أن ترفع مكانة الفرد في داخل الجماعة^(٢).

(1) Lasswell, 1971, op. cit., pp. 84 - 99.

(2) Bernard Berelson, "What Missing the Newspaper Means" in Wilbur Schramm 1961 op. cit., pp. 30 - 47.

ثانياً: أعمال الترابط "Acts of correlation":

هي تفسير وتطبيق وتحليل للأحداث في البيئة وتوجيه السلوك كرد فعل لهذه الأحداث. ويعرف هذا النشاط إلى حد ما بمقالات الرأي والدعاية، ويشمل إختيار وتقييم وتفسير الأنباء بواسطة وسائل الإعلام مع التركيز على ما هو أكثر أهمية في البيئة.

ثالثاً: نقل الثقافة "Transmission of culture"

يعتمد التراث الثقافي أساساً على توصيل المعلومات والقيم والمعايير الاجتماعية من جيل إلى آخر أو من أعضاء في الجماعة إلى أعضاء جدد انضمو إليها، وهو ما يعرف عامة، بالنشاط التطبيقي. ويقوم هذا النشاط بتوحيد المجتمع عن طريق إعطائه قاعدة أوسع من القواعد الشائعة والقيم والخبرات الجماعية التي يتقاسمها أعضاء المجتمع. كما يساعد هذا النشاط على إشراك الأعضاء الجدد في المجتمع وحثهم على أن يقوموا بدورهم وأن يلتزموا بالتقاليد والعادات.

وقد يقال أن هناك خبر قد يلحق بالفرد حيث أن وسائل الإعلام تنزع الصفة الشخصية من عملية المشاركة الاجتماعية. وهنا يقول رايزمان "Riesman" إن المواقف المستخلصة من القصص والتي تنشرها وسائل الإعلام لا يمكن إعدادها بحيث تتلام مع مقدرة الفرد المستمع كما لو كان يستمع إلى روايتها من شخص يراه وجهاً لوجه⁽¹⁾.

هذا وقد أضاف شارلز رايت "Charles Wright" مهمة رابعة إلى المهام التي حددتها لاسويل "Lasswell"، والتي أشرنا إليها آنفاً، وهي الترفيه "Entertainment". ولابد أن لاسويل "Lasswell" أسقط هذه المهمة لأنها في

(1) David Riesman, et al. *The lonely Crowd*, New York: Doubleday and Company, 1953, Chap. IV.

نظرة ليست جزءاً أساسياً من العملية السياسية على الرغم من معارضة التاريخ لرايه^(١).

وجاء باحث اجتماعي آخر وهو دي فليور "De Fleur" بإضافة أخرى إلى هذه الوظائف دون أن يغير في أساسها، فقال أن عملية الاتصال هي الوسائل التي تعبر بها جماعة ما عن مبادئها في الحياة. وبذلك يمكن القيام بالرقابة الاجتماعية وتوزيع الأدوار، وتنسيق الجهود، وهكذا تظهر التطلعات وتسير العملية الاجتماعية بأكملها إلى الأمام^(٢). وبغير هذا التبادل في التأثير كان من الممكن أن ينهار المجتمع الإنساني.

وأما بولنج "Boulding" فقد جمع عدداً من وظائف الاتصال في النظام الاقتصادي وهو يرى أن الاتصال، من ناحية، يجب أن يلي مطالب الخريطة الاقتصادية للبيئة حتى يتمكن كل فرد أو هيئة من تكوين صورته الخاصة بالنسبة لفرص الشراء والبيع في لحظة معينة.

وتقوم وسائل الإعلام بقسط من هذا العمل عن طريق الإعلان، وذلك بنشر قوائم الأسعار وتحليل الأعمال. ومن ناحية أخرى هناك ضرورة لوجود ترابط في السياسة الاقتصادية سواء عن طريق الفرد أو الهيئات أو الأمة. كما يجب أن يكون هناك تحكم في إدارة السوق، وعلى المنتج والتاجر والمستثمر والمستهلك أن يحددوا كيفية الدخول في السوق، وأخيراً يجب أن يتم تيسير تعليم المهارات وتطلعات السلوك الاقتصادي^(٣).

وفي كتابات أوشيما "Oshima" عن التنمية الاقتصادية يقول أن لوسائل الإعلام صفة التضاعف المؤدى إلى التنمية الإنتاجية السريعة، ويتميز أكثر

(1) Wright, 1959, op. cit., p. 16.

(2) De Fleur, 1957, op. cit., p. 133.

(3) Kennet Boulding The Image, Ann Arbor, Mich.: University of Michigan Press, 1956, p. 15.

الدول النامية اليوم بلتها مجتمعات فى عجلة من أمرها "Societies in a hurry"،
والقصد من ذلك أنها مجتمعات تبقى اللهاق "Catch-up" بالركب بأسرع ما يمكن.

وليه فهى تحتاج قبل كل شىء إلى نظرية للتنمية الاقتصادية توضح لها ما
تريد اللهاق به.. وتلتى بعد ذلك مباشرة حاجة تلك المجتمعات إلى سياسة للاتصال
تشرح كيفية اللهاق وما تريد اللهاق به. ومن الواضح أن وسائل الإعلام هى المصدر
الأول لتنمية المجتمعات التى فى عجلة من أمرها، إذ أنها تحمل رسائلها إلى
الجماعيد بأسرع وقت وأبخص ثمن^(١).

ومما تقدم يمكن أن نستنتج أن آراء علماء العلوم الاجتماعية تتفق فيما بينها
- إلى حد كبير - حول تحديد وظائف ومهام وسائل الاتصال.

وقد رسم شرام "Schramm" خريطة فردية على أساس الوظائف
الاجتماعية سائلة الذكر وحدها بأربع وظائف. ولا تختلف كثيرا، الوظائف الأربع
التي ذكرها من الوظائف التي قمنا باستعراضها، ولكنه يركز على أن الاتصال
البشرى، هو فى نفس الوقت سلوك فردى وعلاقة اجتماعية^(٢). (انظر خريطة
وظائف الاتصال)

ولكل وظيفة من هذه الوظائف جانبها الخارجى وجانبها الداخلى، شلتها فى
ذلك شأن كل أنواع الاتصال. بمعنى أنه من ناحية فإننا نبحث عن المعلومات أو
نمطها، ومن ناحية أخرى فإننا نستقبلها ونحلها.

ومن ثم فقد أعد شرام "Schramm" خريطة ثانية توضح الخريطة الأولى^(٣):

(1) Harry Oshima, "The Strategy of Selective Growth and the Role of Communications" in Lerner and Schramm, 972, op. cit., pp. 76-91.

(2) Schramm. 1973, op. cit., p. 31.

(3) Schramm. 1973, op. cit., pp. 31-36.

وظائف الاتصال في النظم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية

وظائف الاتصال	نظام سياسي	نظام اقتصادي	نظام اجتماعي بشكل عام
مراقبة (الوظيفة الأولى)	تجميع المعلومات	معلومات عن الموارد، وفرص الشراء والبيع	معلومات عن أسلوب الحياة في المجتمع، والأفراد، إلخ وقبولها أو رفضها.
تخسويق (الوظيفة الثانية).	تفسير المعلومات وضع السياسة وتنفيذها وفرضها.	تفسير هذه المعلومات. وضع السياسة الاقتصادية وإدارة السوق والتحكم فيه	تنسيق الفهم العام والإرادة العامة، إدارة التحكم الاجتماعي.
نقل التراث (الوظيفة الثالثة)	نقل التراث الاجتماعي والقوانين والعادات	المبادرة بالسلوك الاقتصادي	نقل أساليب الحياة الاجتماعية وتوجيه أفراد أعضاء المجتمع الجدد.
التربية (الوظيفة الرابعة)	—	—	التربية: نشاط تربوي، تخفيف من وطأة العمل والمشاكل الواقعية، التعليم العرضي والشاركة الاجتماعية.

الجانبان الخارجي والداخلي لوظائف الاتصال

الوظيفة	ولها الجانب الخارجى	وكذلك الجانب الداخلى
رفع وإجتماعي	البحث عن المعلومات يرسل	يستقبل المعلومات
حمل الإقناع للقرار	يقنع ، يلمز	تفسير ، تقرير
تعليمهم	البحث عن المعرفة تعليم	يتعلم
الترفيه	يرفـه	يتمتع

ومن الخريطة السابقة يمكن أن نلاحظ ما يلي:

أولاً: إن تشبيه وظيفة الاتصال بالرادار الاجتماعي "Social Radar" لا بأس به. ووظيفة الرادار هنا تشبه وظيفة رقابة البيئة. وتقوم وسائل الإعلام بإحصاء المعلومات عن الأحداث والمجتمع. وهي تجعل الفرد على اتصال بالأنباء ومحركة الآراء. ومع ذلك ففي وسع الوسائل أن تسلط الأضواء وتركز الانتباه على بعض الأحداث والآراء دون غيرها. ووسائل الإعلام القدرة على تفسير الأحداث حيث لا يمكن أن تكون المقالة موضوعية تماماً أو كاملة موضوعياً. كما أن لها القدرة على إبراز أهمية بعض الأشخاص الذين لديهم خصائص مميزة عندما يتعرضون لها في الإذاعة أو التلفزيون أو الصحافة. وهي تتمكن من إمدادنا بالمعلومات عن كل ما يحيط بنا في بيئتنا دون أن يكون لدينا خبرة عنه بطريقة مباشرة.

ثانياً: إننا جميعاً نستعمل الإتصال الجماهيري من أجل الإقناع وذلك عندما نستخدم قنوات الإعلام لتوجيه القرارات إلى طريق مرغوب فيه. كذلك نجد أن اتخاذ القرار يأتي نتيجة لعملية الاتصال من أجل الإقناع.

وعليه فإن القرار وتوجيهه هما وجهان لعملة واحدة، فإذا اتخذنا المستقبل أى قرار له أهمية، يكون ذلك، حصيلة للنقاش فى التوجيه. ويتطلب أى قرار خاص بالآخرين بعض التوجيه لى يوضع موضع التنفيذ. ويكون هذان الجانبان معاً نوعاً من إدارة الاتصال.

وظائف واتوات الاتصال فى المجتمعين التقليدي والعصري

وظيفة الاتصال	فى المجتمع الشفهى (المجتمع التقليدي)	فى مجتمع وسائل الإعلام (المجتمع العصري)
رئاس اجتماعي	اتصال شخصى - منادى القرية - المسافرين - اجتماعات - أسواق .. إلخ	اتصال شخصى - وسائل الإعلام
حمل الإقناع لإصدار القرار	تأثير شخصى - مجالس القادة	تأثير شخصى - قادة - مؤسسات حكومية - وسائل الرأى القانونى
تعليمهم	تعليم فى محيط الأسرة عن طريق الخبرة والتشريب	مشاركة إجتماعية مبكرة فى الأسرة. نظام تعليمى. وسائل إعلامية للتعليم
ترفيهه	المطرب الشعبى - الراقصون الرواة - اشتراك المجموعة	فنون إبداع - أداء وسائل إعلامية للترفيه

ثالثاً: هناك جبهة عريضة لفوائد الاتصال وهى ما نسميه بالتعليم
"Instruction".

رابعاً: هناك نسبة لا بأس بها من الاتصال الجماهيرى تستخدم
للترفيه "Entertainment".

وتعد وسائل الإعلام إمتداداً للاتصال الشخصى، ولعل الخريطة السابقة توضح وظائف الاتصال فى المجتمع الضففى - التقليدى الذى لا تتواجد فيه الوسائل الإعلامية والمجتمع العبرى الذى تتواجد فيه تلك الوسائل.

ويحدد شرام "Schramm" الذى قدم الدراسة الأساسية لهذه العملية الجديدة الشاملة، الوظائف التى يمكن لوسائل الإعلام القيام بها بمفردها، والوظائف الأخرى التى تستطيع أن تساعد بها فى خدمة التنمية الاجتماعية^(١). فيقول أن خبرتنا مع وسائل الإعلام تصور سهولة التعلم منها إرادياً أو لا إرادياً. ويبين شرام أن لوسائل الإعلام فى خدمة التنمية الاجتماعية ثلاث وظائف رئيسية هى: الإعلام - اتخاذ القرار - التطعيم.

أولاً : وظيفة الإعلام "Infomation function" :

يجب أولاً وقبل كل شىء، أن يحاط عامة الشعب علماً بالتنمية القومية، وأن يتم تركيز اهتمامهم على الحاجة إلى التغيير، والفرص التى تدعو إليه، ووسائله وطرقه، ويجب إذا أمكن، رفع مستوى أمانهم أو تطلعاتهم.

وبشكل عام، فإن فى وسع وسائل الإعلام بمفردها أن تتناول الأعمال الأساسية الإعلامية الخاصة بالتنمية. فمثلاً فى أثناء عملية الإعلام يظهر تأثير وسائل الإعلام بطريقة أكثر عمقاً على الجمهور - الذى لا يمكن الاستغناء عنه فى دفع عجلة التنمية إلى الأمام. وهذا الأثر يظهر فى ثلاث اتجاهات: توسيع الآفاق، تركيز الانتباه والاهتمام، رفع مستوى الأمانى.

(أ) تستطيع وسائل الإعلام توسيع آفاق "Widen Horizons" الفرد عن طريق إعطائه الفرصة ليرى ويسمع عن أشياء لم يرها من قبله وأن يعرف أناساً لم يقابلهم قط^(٢).

(1) Schramm, 1964, op. cit., p. 129.

(2) See Lerner, 1958, op. cit., p. 54, and Lerner, 1972, op. cit., pp. 23-24.

(ب) يوسع وسائل الإعلام تركيز الانتباه والاهتمام "Focus attention" ذلك أن جزءاً كبيراً من الآراء من الأشخاص الذين لهم أهمية، أو خطورة، أو عن الأشياء ذات الفائدة، تأتي من طريق وسائل الإعلام. وهذا الاختيار - اختيار من يكتب عنهم أو من يركز الاهتمام عليهم - يحدد، إلى مدى كبير، ما يعرفه الناس وما يتكلمون عنه. والعمل الذي تتميز به وسائل الإعلام، في الواقع، هو أثرها الذي لا يضارع في تركيز الاهتمام، وذلك من طريق الطباعة والإذاعة والتلفزيون والسينما، وجميعها تركز اهتمام الملايين من مختلف الأفراد على نفس الموضوع وفي نفس الوقت. وأثر هذا التركيز هو الذي يمكن وسائل الإعلام من خلق «مناخ لتبادل الآراء» بين السكان ويخلق هذا المناخ تؤدي وسائل الإعلام خدماتها العامة والضرورية نحو عملية التنمية ككل.

(ج) يوسع وسائل الإعلام رفع مستوى الأمانى أو التطلعات "Raise aspirations" ويرى ماك كلياند "Mc Clelland" وإيرنر "Lerner" وراو "Rao" أنه في استطاعة وسائل الإعلام رفع مستوى أمانى الشعب النامية^(١). إذ بدون رفع مستوى الأمانى وبدون دفع الناس إلى التطلع لسياة أفضل وإلى النمو القومى، يصبح حدوث التنمية أمراً صعباً وبعيد المثال.

وإذا نظرنا إلى هذه الوظيفة في محصر نجد أن مهمة وسائل الإعلام مهمة شاقة إلى حد ما ذلك أن هناك فجوة بين النولة وبين نسبة من الشعب المصرى، فجوة بين أصحاب المشاكل والقائمين على حلها، كل يتحدث بلغة^(٢).

ولعل أهم أسباب وجود هذه الفجوة هو ارتفاع نسبة الأمية مما يؤدي إلى صعوبة توصيل المعلومات.

(1) - Mc Clelland, 1961, op. cit.

- Lerner, 1958, 1963, 1972, op. cit.

- Rao, 1963, op. cit.

(٢) يوسف السباعي - مصر المشكلة والحل - دار المعارف ١٩٧٧ ص ٣٢.

ومن اللازم على الدولة، هنا، أن تجعل الشعب يساهم في حل مشاكله وذلك بأن تعرض عليه، بواسطة الخبراء المتخصصين ومن خلال وسائل الإعلام، المشاكل بالصورة المبسطة التي يستطيع أن يفهمها دون تعقيد وبفون الاتجاه إلى الأسلوب العلمي والنظريات الصعبة.

ثانياً: وظيفة اتخاذ القرار The Decision Making Function

يجب أن نتاح الفرصة للإسهام، بذلك، في عملية اتخاذ القرارات، ويجب أن يتم الحوار بحيث يضم جميع من يجب عليهم أن يتخذوا قرار التغيير، وأن نتاح الفرصة للقادة أن يتولوا القيادة وإعانة الشعب أن تكون أذانهم صاغية، وأن تكون موضوعات التغيير واضحة، وأن نتاقش البدائل، والمقصود بذلك أنه يجب أن تتساقط المعلومات إلى أعلى وإلى أسفل السلم الاجتماعي، ووسائل الإعلام هي وحدها القادرة على أن تساعد على أداء هذه الوظيفة. وفي كثير من الأحيان تتطلب وظيفة اتخاذ القرارات في التنمية تغيير الاتجاهات والاعتقادات وأساليب الحياة الاجتماعية التي يتمسك بها الناس. وبناء عليه تصبح عملية الاتصال الشخصي المباشر واتخاذ القرارات الجماعية أكثر أهمية من الاتصال الجماهيري، وليس معنى هذا أن الاتصال الجماهيري غير قادر على الإسهام بطريقة فعالة في عملية اتخاذ القرارات^(١)، ففي وسع الاتصال الجماهيري تقنية المناقشة بالمعلومات، وإظهار رأي القادة، وجعل المسائل المطروحة واضحة كل الوضوح. كما أنه بوسعها أن تمنح مكانة معينة إلى أشخاص معينين، وأن توسع الحوار بشأن سياسة ما، وأن تفرض أساليب للحياة الاجتماعية، وأن تسهم في تكوين الذوق العام، وأن تؤثر في الاتجاهات المهيمنة، وأن تبذل تغييرات طفيفة على الاتجاهات القوية. ولكن من الصعب على وسائل الإعلام أن تغير الاتجاهات الراسخة أو العادات ذات الجذور العميقة.

(1) See Lewin, 1943, op. cit.

" Katz and Lazarsfeld, 1955, op. cit.

" Klapper, 1960 op. cit.

إذ أن تغييرها يأتي عن طريق التأثير الشخصي، ويقتصر دور الاتصال الجماهيري على المساعدة في ذلك بطريقة غير مباشرة.

وفي مصر فإنه في عهد الرئيس مبارك تمارس الديمقراطية بطريقة صحيحة، فالمعارضة المنظمة قائمة والمناقشات جادة وحيوية ولا توجد سلطة أو شخص فوق المناقشة. إذن هناك أرض خصبة لوسائل الإعلام تعمل من خلالها من أجل إصدار قرارات سليمة يشترك فيها الشعب (الجهة القائمة بالتنفيذ) والدولة (السلطة). وإصدار القرارات المبنية على الدراسات والمناقشات يساعد على التقدم وبلغ عجلة الإنتاج .

ثالثاً: وظيفة التعليم : Teaching Function

يجب أن يتم تعليم الناس المهارات المطلوبة ويجب تعليم الكبار القراءة، وتعليم الأطفال، وتعليم المزارعين وسائل الزراعة الحديثة، ويجب تدريب المدرس والطبيب والمهندس. كما يجب على العمال إتقان المهارات الفنية لتلبية احتياجات المجتمع. والناس بشكل عام يجب أن يتعلموا المزيد عن العناية بصحتهم وقوتهم.

ويمكن القيام بجزء من هذه الوظيفة مباشرة عن طريق الاتصال الجماهيري، وبالجهاز الآخر عن طريق الاتصال الشخصي⁽¹⁾. فمثلاً يمكن استخدام وسائل الإعلام بنجاح داخل حجرة الدراسة باعتبارها جزءاً من الخبرة التعليمية الإجمالية تحت توجيه المدرس. ولكن إذا لم يكن المدرسين علي مستوى الانتفاع بهم، أو إذا كان المدرسون غير مدربين تدريباً كافياً فإن وسائل الإعلام يمكن أن تقوم بهذا العمل وحدها.

(1) See Henry Cassirer, *Television Teaching Today*. Paris, UNESCO, 1960.

" Wilbur Schramm, "The Newer Educational Media in the United States" in *New Methods and Techniques in Education*, Paris, UNESCO, 1962, pp. 5 -17.

وبالمثل فإن الإذاعة قد لا تستطيع أن تشرح أية خبرة أو مهارة في الزراعة أكثر مما يستطيع عامل متمرس عليها. ولكن بمجرد أن يتم تعليم المهارة فإن الراغب يستطيع أن يقدم المعلومات وأن يجيب على الأسئلة وأن يقدم النتائج.

والجدير بالإشارة أن محصر في السنوات الأخيرة قد استخدمت الراديو والتلفزيون كوسائل للتعليم. فقد أعدت مثلاً برامج لحو الأمية وبرامج لتعليم وإرشاد الزراعيين أساليب مكافحة الآفات الزراعية وزيادة الإنتاج الزراعي... وذلك بالطبع؛ بالإضافة إلى إصدار الكتيبات والمنشورات المتعلقة بوسائل التعليم والتدريب في مجالات مختلفة.

الفصل السادس

التممية الريفية

بعد أن انتهينا في الفصل السابق من دراسة عملية الربط بين الإعلام والتنمية الاجتماعية وبعد أن عرضنا بإيجاز لما قمه العلماء والمتخصصون بالنسبة للدور الذي يقوم به الاتصال في عمليات التنمية والتقدم الاجتماعي، سنحاول في هذا الفصل التركيز على التتمية الريفية ونعرض للعلاقة بين الريف والحضر كمدخل لتحقيق هذه التتمية. كما سنقدم تحليلاً لمفاهيم الفلاح ومادته وتقاليده مع دراسة العوامل التي تؤثر في التتمية الريفية والعوامل التي يمكن أن تحول دونها.

علاقة المدن بالريف

مقدمة عامة:

يشكل المجتمع الريفي في الشرق الأوسط، كما هو الحال في باقي أنحاء العالم الثالث، أغلبية من السكان، ويعتمد الاقتصاد القومي، في هذه المنطقة، أساساً على الزراعة. ولهذا نالت مشاكل الريف الاهتمام الأكبر من القادة الوطنيين الذين كرسوا أنفسهم لإبخال سياسة المصرية التي تستند في أساسها على حكومة مركزية قوية، وعلى التصنيع، والتعليم العام، وإصلاحات واسعة النطاق في مجال توزيع الموارد. ويستلزم الوصول إلى هذه الأهداف إحداث تغييرات فعالة في الطابع التقليدي الريفية لهذه المجتمعات⁽¹⁾.

وعلى الرغم من أنه لا يمكن إغفال التدخل بين منشآت الحضر ومنشآت الريف عندما ندرس الشعوب النامية، إلا أن اهتمام علماء الاجتماع بسياسة المجتمعات الريفية في الشرق الأوسط ليس طويل الأمد بل أنه لم يتجاوز بعد مرحلة الأولى، ذلك أن اهتمامهم كان يتصل بما يجد من تطورات في السياسة القومية.

(1) Richard Antoun and Illiya Harik, Rural Politics and Social Change in the Middle East, Bloomington Ind., Indiana University Press, 1972, P.1

والسؤال الآن هو إلى أى مدى كان قبول أهل الريف، أو رفضهم، للتغيير
الوارد إليهم من الحكومة المركزية؟..

لقد أسفرت دراسات علم الاجتماع فى النول النامية من أن عملية العصرية
تشمل الأفراد الذين ينحون من الريف للإقامة، والعمل، فى المدينة^(١).

هذا، وكثيراً ما يحدث خلط بين كلمة العصرية والعصرية على اعتبار أنهما
متبادلان ولهما دلالة عن مدى تقدم أو انحدار القطاع الريفى للمجتمع^(٢).

إلا أن صفات العصرية كمحو...مية، والتعرض لوسائل الإعلام، والمشاركة
السياسية، وتنظيم الإنتاج والإدارة بطريقة علمية، والارتفاع بمستوى المعيشة، كلها
صفات يجوز أن تحدث على صعيد القرية مثلما تحدث فى مجتمع المدينة.

إن مجتمع القرية ليس كما يعتقد البعض مجتمع فى طريقه إلى الزوال، بل
إنه أصبح أكثر قدرة على البقاء لأنه يتطور. إن قوى العصرية التى انطلقت منذ
عصر الاستقلال، للشرق الأوسط، تقريباً جلبت معها وسائل الحياة الحديثة إلى
مجتمع القرية، ولتت من أنموذها النسبى ومن ضعفها. فلقد زاد تأثير المدارس،
والإذاعة، ومراكز الصحة، ومجالس القرية، والجمعيات التعاونية، والمحال المهنية،
والأسواق الاستهلاكية المنظمة، والانتخابات السياسية، وتم توزيع الأراضي بطريقة
أكثر عدالة - زاد تأثير هذه الأنشطة على مجتمعات القرية ولكن بدرجات مختلفة وفى
مناطق مختلفة. وأصبحنا نجد اليوم عدداً كبيراً من القرى عصرية أو أصبح جزءاً
من ضواحي المدينة مثل جبال لبنان، وجبلان فى إيران، والسواحل فى تونس، ولتنا
الليل بمصر.

وهكذا يصبح من الأفضل لنا أن ننقل من فكرة التقسيم من ريف وحضر إلى
القرية المتحضرة، أو مدينة زراعية حيث أن كلمة المدينة وحدها تحمل معانٍ أخرى.

(1) Karl W. Deutsch. "Social Mobilization and Political Development"
American Political Science Review, 55 Sept. 1961 pp. 493, -
514.

(2) Lerner, 1963, op. cit., pp. 76-107.

ولو استخدمنا اصطلاح المدينة الزراعية كذلك فإن هذا يعنى أننا أمام مجتمعاً متداخلاً، كلية، فى نظام إقليمي أو نظام قومى من الناحية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية^(١).

إن القوى التى أدت فى القرن التاسع عشر إلى سيطرة المراكز الحضرية اقتصادياً على المناطق الريفية قد تغيرت، عن طريق عمليات أخرى من التغيير، بسبب ظهور الأنظمة الشمسية فى دول كثيرة فى الشرق الأوسط. ويظهر تأثير العصرية فى الريف فيما يمكن أن يؤديه التبادل التجارى بين المدينة والقرية وما يمكن أن يقوم به فعلاً من المنفعة المتبادلة^(٢).

ومن بين هذه التأثيرات نجد وسائل الإعلام الجماهيرية، التى ربطت مختلف مراكز السكان التى كانت منعزلة من قبل على مستوى الدولة، والتى نجحت فى خفض الوقت والتكاليف الخاصة بنقل الناس والبضائع. وأقد قامت وسائل الإعلام بنشر الأفكار والمعلومات والخدمات الترفيحية لجميع المواطنين بغض النظر عن أماكن إقامتهم. ومن نتائج الإصلاح الزراعى فى العديد من دول الشرق الأوسط نجد أن موارد القرية التى كان يقتصر استعمالها على أصحاب الأعمال فى المدينة وعلى ملاك الأراضى الفاشيين أصبحت الآن ملكاً لسكانها.

(1) See Iliya Harik, *Politics and Change in a Traditional society: Lebanon 1711 - 1845*, Princeton: Princeton University Press, 1968.

See Nikki Keddie, *The Impact of the West on Iranian Social History*, ph. D. Dissertation university of California at Berkeley, 1955.

See John Simmons, "The Contest and Evolution of Tunisian Agricultural Cooperatives." *The Middle East Journal* 24, 1970, pp. 455-465.

See Iliya Harik, *Political Mobilization of Peasants*, London, Indiana University Press 1974.

(2) Wyn Owen, "Agrarian Reform and Economic Development with Special Reference to Egypt." *Rocky Mountain Social Science Journal* 1, 1964, pp. 68 - 76.

ففي مصر انتقلت أعمال الإتجار في المنتجات الزراعية والأسمدة والمبيدات والبذور والآلات من أيدي التجار إلى الجمعيات التعاونية^(١).

هذا الاتجاه الواحد لحركة الموارد من الريف إلى الحضر أصبح متوازناً، إلى حد ما، نتيجة للتحويلات النقدية إلى القرية التي ترسل إليها من العمال المهاجرين إلى المدن. ولم يعد غريباً على سكان القرى في الريف المصري وفي لبنان أن يحتفظوا بمحال إقامتهم الموسمية أو الدائمة في قرأهم التي ولدوا فيها، بينما يعملون في جهة أخرى. كما أن البعض يظل يحتفظ بالتسجيل القانوني والسياسي في القرى الأصلية ومن ثم فإنهم يعملون للانتخاب أو للترشيح لمنصب ما. ويحكم أنهم مرتبطون بكل من الريف والحضر فإن هؤلاء القرويين يعملون على تضييق الشقة بينهما^(٢).

وتبدو هذه الظاهرة في ضواحي المدن في مصر عندما يستخدم سكان الريف ما يكسبونه في المدينة لبناء بيوت جديدة لهم في الريف أو لاستثمار الأراضي الزراعية والمواشي. وقد ظهر في لبنان منذ النصف الأخير للقرن التاسع عشر اتجاه مماثل دل على المدى المبكر، الذي بدأت فيه عملية التغيير الاجتماعي في الجبال^(٣).

وهناك جانب آخر لتغيير التوازن في العلاقات بين الريف والحضر ألا وهو النفقات الهائلة للحكومة في مجتمع القرية. وهذه النفقات تتمثل في توزيع المواد التموينية بقلل الأسعار، والتسليف الزراعي بدون فائدة، وإعانة الحكومة للإسكان القروي، وإنشاء الصناعات في الضواحي. كذلك فإنه كثير إيفاد المسؤولين بالحكومة إلى المجتمعات الريفية كما حدث في إيران ومصر وتونس والمغرب وتركيا^(٤).

(1) Ibrahim Abu-Lughod, "Mass Media and Egyptian Village Life", *Social Forces* 42, October 1963, pp. 97 - 104.

(2) Harik, 1974, op. cit.,

(3) Zein Zein, *Arab-Turkish Relations and the Emergence of Arab Nationalism*, Beirut: Khayat's 1958, pp. 41 - 42.

(4) Antoun and Harik, 1972, op. cit., p. 9.

والعلاقات المتبادلة بين مجتمعات الريف والحضر تقاليد عميقة وراسخة. ويذكر بنر "Binder" باختصار هذه الظاهرة مشيراً إلى الدور الذي يلعبه الأفراد من الريف في الحياة القومية. وعلى سبيل المثال لا الحصر نذكر رضا بهلوي شاه إيران السابق، وبورقيبة في تونس، وعراقي ، ومحمد عبده وسعد زغلول وآخرين، والضباط الأحرار في مصر^(١).

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الرئيس أنور السادات، الذي كانت نشأته في الريف، أثر تأثيراً فعالاً على الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في مصر في تاريخها الحديث. وهن أمر ظاهر وملحوظ للدارسين في التاريخ المصري الحديث.

أهمية تفهم الفلاح:

تسمى الدول النامية إلى جعل الفلاحين يتجهون نحو المصيرية "Modernization" ورغم أهمية ذلك إلا أن عدد الأبحاث التي أجريت عن هذا الموضوع لازالت غير كافية^(٢).

ويلسف لويس "Lewis" كل الأسف لقلّة المعلومات المتاحة عن الفلاح وطريقة معيشته وعاداته وتكوينه، واتجاهاته نحو العلم والتكنولوجيا، وقدرته على تبني طرقاً جديدة في الحياة.

وهناك قبل كل شيء نوع من عدم الفهم لمخيلة الفلاحين الذي يؤدي إلى خلق كثير من الصعوبات^(٣).

(1) See Leonard Binder, "Political Recruitment and Participation in Egypt" in Joseph La Palombara and Myron Weiner, *Political Parties and Political Development*, Princeton: Princeton University Press, 1966.

(2) Rogers, 1969, op. cit., pp. 21 - 22.

(3) Oscar Lewis, "The Culture of Poverty" in John Te Paske and Sydney Nettleton Fisher, eds. *Explosive Forces in Latin America*, Columbus, Ohio, The Ohio State University Press, 1964.

وعلى نفس النهج يقول تيودور شامين "Shahin" إن الفلاحين يشكلون غالبية البشر ومع ذلك فقليلا ما يفهمهم الغير^(١). وقد وصفهم إنجلز، وماركس "Marx and Engels" منذ نصف قرن مضى بأنهم لغة ميروغرافية غير مفهومة من الإنسان المتحضر^(٢).

ولا عجب فقد صور الفلاح على أنه كسول جاهل يقاوم كل تغيير، وهو يظل لغزاً أمام أولئك الذين لم يمارسوا حياته. ونتيجة لذلك نراه غالباً ما يوصف بالسلبية. وتدل الإحصائيات على أن الفلاحين يمثلون ثلاثة أرباع سكان الدول النامية. ويصل مجموعهم في آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية إلى ١.٧٥ بليون فلاح، وهم الذين يتركز عليهم اهتمام هيئات مختصة بالتغيير "Change agencies" التي تعمل على نشر العصرية.

والوصول إلى هذا الهدف يجب على أغلبية السكان أن يغيروا من حياتهم^(٣). ولكي تتمكن الدولة من السير إلى الأمام لواجبة التنمية عليها أن تصل بانتظام إلى المستمع الفلاح، ومن هنا تتضح ضرورة فهم أسلوب حياة الفلاح.

ويقول بيلي "Bailey" وهو يتكلم عن القائم بعملية التنمية أنه لا يستطيع أن يلزم الغير، بل يجب عليه أن يقنعهم. ومن أجل ذلك عليه أن يعرف القيم التي يتمسك بها الناس، وكيف ينظرون إلى العالم والمجتمع من حولهم، وباختصار عليه أن يعرف خريطةهم الإدراكية^(٤).

(1) Teodor Shahin, "The Peasantry as a Political Factor", *Sociological Review*, 14, 1966, pp. 5-27.

(2) Karl Marx and Frederick Engels, *Selected Works*, Volume 1. New York: International Publishers, 1933, p. 159.

(3) Rogers, 1969, op. cit., p. 21.

(4) Frederick Bailey, "The Peasant View of the Bad Life" *Journal of The British Association for the Advancement of Science* 23, 1966, pp 399 - 409.

من هو الفلاح :

يقول روجرز "Rogers" أن الفلاحين مزارعون يتم إلى حد كبير توجيههم، وليس من الضروري أن يكون توجيههم توجيهاً كاملاً، إلى الإنتاج المعيشي أى الخاص بالرزق. وهم يستهلكون أكبر كمية من الغذاء الذى ينتجونه. وبناء عليه فكلما فلاح وتعبير مزارع يستهلك ما يزرع "Subsistence farmer" هما تعبيران مترادفان^(١).

وحتى إذا باع الفلاح جزءاً من إنتاجه فهو لا ينظر إلى الزراعة على أنها منشأة تجارية كما يفعل المزارع التاجر. ويؤكد وولف "Wolf" هذه النقطة عندما يقول أن الفلاح يهدف إلى المعيشة لا إلى إعادة الاستثمار، فهو يبيع المحصول مقابل المال الذى يستخدمه للحصول على بضائع وخدمات يحتاجها من أجل البقاء والحفاظ على حالته الاجتماعية وليس لتوسيع نطاق عملياته الزراعية^(٢).

ويقسم كل من توماس وزانيكى "Thomas & Zaniecki" رأياً مشابهاً حيث يقولان إن الفلاح لا ينظر إلى تقوده باعتبارها رأس مال للاستثمار. فهو لا يفكر فى بادية الأمر أن يستثمر المال بل بكل بساطة يحتفظ به فى منزله^(٣).

ويرى فيرث "Firth" أن لفظ الفلاح يرتبط بالمفهوم الاقتصادى لمجتمع ولهذا فإن اقتصاد الفلاح معناه أسلوب إنتاج على نطاق ضيق، تتبع فيه التكنولوجيا والأدوات البسيطة والاعتماد فى أغلب الأحيان على ما ينتجه الفلاح نفسه من أجل بقائه. وتشكل زراعة الأرض بالنسبة للفلاح عماد رزقه^(٤).

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 20

(2) Eric Wolf, "Types of Latin American Peasantry: A Preliminary Discussion", *American Anthropologist* 57, 1955, pp. 452 - 471.

(3) W.I. Thomas and Florian Zaniecki, *The Polish Peasant in Europe and America*, Chicago: University of Chicago Press, 1918.

(4) Raymond Firth, *Element of Social Organization*, London: Watts. 1956 p. 87.

ويعرف بلشو "Belshaw" مجتمعات الفلاحين بأنها أساليب في الحياة يظلب عليها التوجيه التقليدي، وهي حياة ترتبط بمراكز الحضر وفى نفس الوقت فهي حياة منفصلة عنها، وتجمع بين نشاط السوق والإنتاج المعيشي^(١).
أما كروبر "Kroeber" فيصف الفلاحين بأنهم يمثلون جزءا كبيرا من دائرة السكان التى تشمل عادة مراكز حضرية. إنهم فهم يشكلون جزءا من المجتمع وجزءا من ثقافته^(٢).

ويصف ريدفيلد "Redfield" الفلاحين بأنهم أفراد يعيشون فى جو من الحضارة القليلة، وأنهم يسيطرون على أرضهم ويزرعونها من أجل البقاء كجزء من الحياة التقليدية. وهم يتطلعون إلى سكان المدن ويتشربون بهم لأن أسلوب حياة هؤلاء يشبه أسلوبهم، فيما عدا أنه أكثر حضارة من حيث الشكل^(٣).

ويؤكد فوستر "Foster" أيضا أن مجتمعات الفلاحين ليست وحدات ذات اكتفاء ذاتي، وأن القرارات الأساسية التى تؤثر على قرى الفلاحين تأتى من الخارج^(٤). بمعنى أن أى تغيير فى مجتمع القرية إنما يفرض من الخارج، وهو ما يطلق عليه التغيير الموجه. وعند تحليل مثل هذا التغيير يصادف المرء عدداً من المتغيرات إما تساعد أو تعرقل عملية تنمية المجتمع.

ومن الفلاح المصرى دارت مناقشات كثيرة وعرضت آراء متعددة، تحت قبة مجلس الشعب وفى مناسبات عديدة، حول تعريفه. والفلاح هو ببساطة الشخص الذى يعيش فى الريف ويعمل فى الزراعة .

إلا أنه يمكن أن نقول أن الفلاح المصرى - كقمة من فئات الشعب المصرى - يتميز بالبساطة وإيمان بالله والاعتماد عليه. كما يتميز بالقناعة والرضا بما قسمه له الله^(٥). يضاف إلى ذلك بأنه عادة يتمسك بالمثل العليا والمبادئ التى وضعها

(1) Cyril S. Belshaw, *Traditional Exchange and Modern Markets*, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1965, p. 45.

(2) Rogers, 1969, op. cit., p. 72.

(3) Lerner, 1963, op. cit., p. 341.

(4) George M. Foster, *Traditional Cultures and the Impact of Technological Change* New York: harper & Row, 1962, pp. 46 - 4

(٥) يوسف المياحى ١٩٧٧ للرجع السابق.

الأجداد والذروب التي ساروا عليها. ولعل أبلغ ما يمكن أن نضيفه هنا هو قول الرئيس السادات عن مجتمع القرية بأنه يعرف العيب ولا يفرط في التقييم وأن هناك كبير العائلة وهو المسئول عنها.

إذن يمكن القول بأن الفلاح المصري قد يقبل التغيير طالما كان متمشياً مع الرسائل السماوية وهو أمر سهل. إلا أن ذلك قد يقابله من ناحية أخرى أنه يلتزم بمبادئ وتقاليد يرجع بعضها إلى أزمنة ولت من قديم وهذا ما نعتبره مشكلة أمام التغيير.

ولكن طالما كان التغيير في صالح الفلاح وفيه سماعته وهنائه فإنه - بقدر النكاه الذي لديه - يسعى إليه ويتبناه خاصة في وجود الفئة المدبرة - من المظنين - التي توجهه وتساعد على ذلك.

متغيرات التنمية

إن الاتجاه بالإنسان التقليدي إلى المصرية يتوقف على عدد من المتغيرات في التطعيم، تبني الأفكار المستحدثة، استخدام وسائل الاتصال المباشر ووسائل الإعلام، التقمص الوجداني، التطلعات، الدافع إلى الإنجاز، الانفتاح على العالم الخارجي، الإدراك السياسي.

١ - التعليم : Literacy

هو ضرورة من أجل المصرية التي تعمل بدورها على زيادة محو الأمية. ويعرفها روجرز "Rogers" بأنها الدرجة التي تصل بالفرد إلى معرفة الرموز بإتقان في شكلها المكتوب، وبعبارة أخرى أن يعرف كيف يقرأ ويكتب^(١). وإتقان اللغة يفتح للفرد أفقاً جديدة على العالم^(٢).

(1) Alfred Kroeber, Anthropology, New York: Harcourt, 1948, p. 248.

(2) Robert Redfield, Peasant Society and Culture, Chicago: university of Chicago Press, 1956.

ولكن هناك مفاهيم أخرى لمحو الأمية. فيعتقد باوهرميكر "Powdermaker" أنها ليست فقط مسألة قراءة وكتابة ولكنها فهم نوع من الحقيقة أبعد من الخبرة المباشرة^(١).

وهناك تمبير جديد يبرز ولع ونادت به منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو)، وهو ما سمي بمحو الأمية الوظيفي. ويعبر عن الحاجة لإحطاء الأميين تدريباً وتعليماً كافيين، ويقول التقرير أن محو الأمية يجب أن يتجاوز مجرد القراءة والكتابة إلى كيفية ممارسة الدور الكامل في الحياة الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع^(٢).

ويلزم للفرد أربع سنوات للفراسة كحد أدنى - حسب مقاييس اليونسكو - كي يصل إلى المستوى المثالي لمحو الأمية الوظيفي ويحتفظ به^(٣).

هذا وقد قامت منظمة اليونسكو افتراضاً عاماً مؤبداً وجوب اعتبار التعليم في البلاد النامية أمراً أساسياً، وحقيقة، كوسيلة لتحقيق الغاية. والتعليم كوسيلة يعمل لخلق مواطن أكثر نفعاً وأكثر إنتاجية للمجتمع، كما يساعد على الإسراع بالتنمية القومية. ومن ثم فإنه يجب أن يتصل محتوى مادة التعليم بحاجات المجتمع وخطة التنمية.

وقد وجد روجرز "Rogers" في المادة التي جمعها في كولومبيا أن محو الأمية أكثر علاقة بالتعرض للصحافة منه بالتعرض لوسائل الإعلام الالكترونية. وأن محو الأمية له علاقة بالتعرض للإذاعة (ولو أنه أقل علاقة في التعرض للتلفزيون والسينما). وهذا يدل على الأثر المركزي أو القابل للتعرض لوسائل

(1) Hortense Powdermaker, Copper Town : Changing Africa. New York: Harper and Row, 1962, p. 280.

(2) UNESCO, Bridging the Gap, Reports and Papers on Mass Communication, Delhi, 1968.

(3) See William S. Gray, The Teaching of Reading and Writing: An International Survey, Paris UNESCO 1956.

الإعلام "Centripetal effect" ويفسر ليرنر "Lerner" الأثر المركزي -Centripetal effect
etal بأنه استعداد الفرد الذي يتعرض لوسيلة إعلامية واحدة ان يتعرض أيضاً
لبقية وسائل الاعلام الأخرى^(١).

ويقول روجرز ان لمحو الأمية علاقة إيجابية بالتقمص الوجداني، وتبنى
الأفكار المستحدثة، ورافع الإنتاج، والانفتاح على العالم الخارجى، والمعرفة
السياسية، وقيادة الرأي^(٢).

وقد وجد رايت "Wright" ان الذى دفع سكان القرى فى جواتيمالا إلى
محو الأمية إنما هو الدافع العام المعاصرة والرغبة فى الحصول على أجور أعلى
ومراسلة صديقاتهم^(٣).

٢- تبني الأفكار المستحدثة : Innovativeness

هو متغير من المتغيرات الأساسية لعملية المعاصرة، يقول روجرز "Rogers"
ان الميل إلى تبني الأفكار المستحدثة يعطى مؤشراً يبين إلى حد كبير المدى الذى
وصلت إليه المعاصرة. وفى النهاية فإن درجة تقبل الفرد لأسلوب من الحياة أكثر
تعقيداً وتقدماً، من الناحية التكنولوجية، تظهر بوضوح عندما يقوم بتطبيق الأفكار
المستحدثة فى الزراعة والصحة وطريقة معيشة الأسرة.

والهدف من تعليم الفرد وانفتاحه على العالم الخارجى والتعرض لوسائل
الإعلام هو تشجيعه على تقبل نوع جديد من الحياة، وأفضل مؤشر لهذا
هو تبني الأفكار المستحدثة التى تدل على أن الاتجاهات تتغير سلوكياً أكثر منها
إدراكياً^(٤).

كما يلاحظ أن سكان القرى الحديثة أكثر استعداداً لتبني الآراء الجديدة من
سكان القرى التقليدية^(٥). أشف إلى ذلك أن المحدثين فى المجتمعات الحديثة

(1) Lerner, 1963, op. cit., p. 341.

(2) Rogers, 1969, op. cit., pp. 81-89.

(3) Peter Wright and Others; The Impact of a Literacy Program in
a Guatemalan Ladino Peasant Community, University of South
Florida, College of Education, Mimeo Report, 1967, (P. iii).

(4) Rogers, 1969, op. cit., pp. 291 - 292.

(5) See Linton, 1936, op. cit. and Rogers, 1969, op. cit.

يتمثلون في قامة الرأي بينما تنتظر إليهم المجتمعات الأكثر تقليدية على أنهم منحرفون^(١).

٣- وسائل الإعلام : Mass Media

يعتبر التعرض لوسائل الإعلام شرط من شروط التنمية التي يمكنها أن تصبح، بلا شك، أحد المتغيرات الهامة التي تلعب دوراً في التغيير الاجتماعي الموجه وفي المعاصرة، على نطاق واسع، في الدول الأقل نمواً. والفكرة الأساسية هنا هي أن تعرض الفلاح للإعلام يؤدي به إلى طريق المعاصرة. ويؤيد باي "Pye"^(٢). وشرام "Schramm"^(٣) في كتاباتهما هذه الفكرة.

وقال باوهرميكر أن المعاصرة التي جاءت نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام قد أنضحت للأفريقيين شكلاً آخر من أشكال الواقع يتمثل في عالم وشعوب أبعد من حنود خبرتهم^(٤).

وقد استطاع التقدم الفني لوسائل الإعلام في السنوات الأخيرة، أن يمكن الحكومات القومية من تقديم أجهزة الراديو والأفلام وتسهيلات إعلامية أخرى للقرى بطريقة إقتصادية. وقد أدى ذلك إلى أن يتصل المستوطنون بالتجمعات الجماهيرية بوسائل سريعة، فعطية وفعيقة من التنمية. وعن طريق تمكين التسهيلات الخاصة بوسائل الإعلام مثل محطات الإذاعة والتلفزيون ووكالات جمع الأنباء ونحو طباعة الجرائد تمكنت حكومات الدول الأقل نمواً من الوصول إلى تجمعات أكثر عدداً من المتعرضين عن طريق هذه الوسائل. وبلغ القدر المطلوب من المعلومات والتعلم من الفسحامة بحيث يتحتم على الدول النامية استخدام أدوات الإعلام المضاعفة استخداماً فعالاً حتى يتحقق أملها في نشر المعلومات بالمعدلات التي تتطلبها الجداول الزمنية للتنمية^(٥).

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 299.

(2) Pye, 1963, op. cit.

(3) Schramm, 1964, op. cit.

(4) Powdermaker, 1962, op. cit., p. 228.

(5) Schramm, 1964, op. cit., pp. 246 - 247.

ومن المنتظر أن يقوم عدد كبير من مستمعي وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدرجة كبيرة لها بإرشاد غيرهم من المستمعين إلى اتجاهات أفضل نحو التغيير والتنمية^(١) ونحو درجة أعلى من الوعي بالأحداث السياسية، ونحو معرفة أكثر للمعلومات الفنية^(٢).

ويؤكد شرام "Schramm" دور الاتصال الجماهيري والمباشر في التغيير الاجتماعي، فيقول إن الوسائل التقليدية للاتصال الاجتماعي مثل السوق والمقهى والاجتماعات المحلية وغيرها، يستمر تأثيرها لمدة أطول حتى في وجود الجريدة والإذاعة. وتلعب قنوات الاتصال المباشر دوراً هاماً في تعميق أثر وسائل الإعلام في المجتمعات الأكثر تقدماً. وفي بعض النواحي النامية تقوم قنوات الاتصال المباشر بالقرن الأكبر من العمل^(٣).

ويؤكد بول "Pool" أهمية الكلمة المنطوقة في المجتمعات النامية، ويشرح كيف أنها أكثر فاعلية وأكثر تصنيفاً من الكلمة المكتوبة. ولكنه لا يعنى بهذا التقليل من شأن وسائل الإعلام وأهميتها المتزايدة^(٤).

ويعرف ميرتون "Merton" التأثير المباشر بأنه إتصال يقصد به التبادل وجهاً لوجه بين القائم بالاتصال والمستقبل، الأمر الذي يؤدي إلى تغيير سلوكه هذا الأخيرة واتجاهاته^(٥).

(1) John Mc Nelly, "Mass Communcation and the Climate for Modernization in Latin America" *Journal of Inter-American Studies*, 1966 No. 8 pp. 345-357.

(2) Rogers, 1969, op. cit., p. 101.

(3) Schramm, 1972, op. cit., p. 11.

(4) Ethiel De Sola Pool, "Mass Media and Politics in the Modernizing Process" in Lucien Pye (ed), 1963, op. cit., p. 247.

(5) Robert Merton, *Social Theory and Social Structure*, New York: The Free Press 1957 p. 415.

ويعتبر الاتصال الجماهيري والاتصال المباشر من الوسائل التي عن طريقها تدخل الأفكار الجديدة إلى القرية. وهي الأدوات التي تتم عن طريقها عملية العصرية حتى أنه يمكن اعتبار العصرية ذاتها عملية اتصال^(١).

وقد أعدت بعض نماذج للاتصال وأخذ في الاعتبار مختلف المتغيرات الظاهرة في الاتصال البشري. وفي جميع هذه النماذج نجد المصدرو والرسالة، والوسيلة، والمستقبل، والأثر.

وفي عملية العصرية يكون المستقبلون عادة من الفئة الأقل تنمية. كما تكون الرسائل المعنية بالعصرية رسائل تحتوي على معلومات تكنولوجية واقتصادية وسياسية واجتماعية. وأما مصادر الإعلام فهم الطماء والقائمون بالتحطيط في الحكومة، وأخصائيو التغيير، وغيرهم ممن يبشرون بأفكار جديدة، وأما القنوات المختلفة فيستعمل الكثير منها ابتداء من الكلمة المنطوقة في القرية إلى شبكة الإذاعة على الصعيد القومي. وبهذا تشترك العناصر الأساسية للاتصال في عملية العصرية^(٢).

والاتصال عن طريق وسائل الإعلام ذو أهمية في زيادة المعرفة بالأفكار المستحدث، بينما يقوم الاتصال الشخصي، المباشر، بإدخال تغيير في الاتجاهات. ووسائل الإعلام تأثير أقوى في مجتمع القرية وذلك عندما تلعب دوراً مكملًا لدور الاتصال المباشر^(٣).

٤- التقمص الوجداني: Empathy

يعرف ليرنر "Lerner" التقمص الوجداني بأنه مقدرة الشخص على أن يضع نفسه في مكان الآخرين، ويمتقد أنه من التغيرات الحاسمة في عملية

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 48.

(2) Rogers, 1969, op. cit., p. 49.

(3) Rogers and Shoemaker, 1971, op. cit. p. 11

العصرية وإنه يساعد الشخص الذي بدأ خفة الحركة حديثاً على أن يعمل بكفاءة في عالم متقنين.^(١)

وفي تعريف التقمص الوجداني بأنه قدرة الفرد على أن يتصور نفسه في مكان شخص آخر، فإننا نفترض أن الفرد إذا ما فهم مشاعر الشخص الآخر فإنه سيضعها في اعتباره عندما يتعامل معه.

وبالإضافة إلى ذلك، فإن سميث "smith" يوضح أن الفكرة الجومرية للتقمص الوجداني هي القدرة على أن يتصور الإنسان أن أحاسيس وتفكير وتصرف شخص آخر هي أحاسيسه وأفكاره وتصرفاته^(٢). إن قدرة الإنسان على ذلك هي قدرة على التقمص الوجداني، التي تمكنه من التصرف على ضوء تصوره هذا.

إن التقمص الوجداني يمكن أن يكون سمة من سمات المجتمع الصناعي الحديث، المتعلم، المتحضر، والمشارك بينما يقل ظهور هذه السمة أو يفتقر إليها في المجتمع التقليدي^(٣).

ويمتد روجرز أن مقدرة المرء على أن يضع نفسه في مكان غيره تأتي نتيجة لعملية الاتصال التي تجعل الإنسان يحس بالعالم الخارجي. وهذه المقدرة - كما يقول - عامل مهم في عملية العصرية. كما أن البيئة الاجتماعية عامل مهم في تنمية القدرة على التقمص الوجداني، بالإضافة إلى الاختلافات الفردية التي تؤثر أيضاً على درجة التقمص الوجداني عند الناس^(٤)

وإذا نظرنا إلى عملية الاتصال من زاوية عناصر التقمص الوجداني، يمكن التمييز بين نوعين مختلفين من التقمص الوجداني: الأول هو التقمص الوجداني المرسل مع المستقبل، والثاني هو التقمص

(1) Lerner, 1958, op. cit., p. 50.

(2) Henry Clay Smith, *Sensitivity to People*, New York, Mc. Graw Hill, 1966, p. 19.

(3) Lerner, 1958, op. cit. p. 78.

(4) Rogers, 1969 op. cit., p. 201.

الوجداني المستقبل مع المرسل أو الرسالة. وعموماً فإن فاعلية الاتصال تعتمد على قدرة المرسل على الإحساس بدور المستقبل. وعلى سبيل المثال يتم تشجيع الصحفي على معرفة جمهوره لكي يكتب له بفاعلية أكبر. وبطريقة مماثلة، يمكن الرسالة أن تكون ذات فاعلية أعظم عندما يكون المستقبل قادراً، إلى حد ما، على تقمص دور المرسل أو الأشخاص الذين يأتي وصفهم في محتوى الرسائل (١).

ويقول إيرنر أن التقمص الوجداني هو المهارة الأساسية للإتصال بالنسبة للإنسان المعاصر، ويصفه بأنه نوع من التحرك النفسي (٢). والتعرض لوسائل الإعلام يقوى مهارة الفرد في التقمص الوجداني إلى الدرجة التي يمكن أن يتخيل فيها نفسه أي شخص، في أي موقف.

٥ - التطلعات: Aspirations

يمكن القول أن التطلعات هي المستويات التي يتمنى أن يصل إليها الفرد في المستقبل مثل مستوى المعيشة والمكانة الاجتماعية والتعليم والمهنة.

والتطلعات، كأحد التفسيرات، هي شرط أساسي للعصرية. ويعتقد مائه كيلاند "Mc. Clelland" (٣). وإيرنر (٤)، وراو "Rao" (٥) أن وسائل الإعلام تستطيع زيادة تطلعات أبناء المجتمعات النامية، ومن غير المعتاد أن تحدث التنمية بدون زيادة التطلعات، أو بدون إثارة الناس للكفاح من أجل المعيشة الأفضل والنمو القومي. ويجب أن يرغب الأفراد في معيشة أفضل مما هم فيه. وأن يكونوا مستعدين للعمل من أجل الوصول إليها. كما ينبغي عليهم كمواطنين أن

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 197.

(2) Lerner, 1963 op. cit., p. 342

Lerner 1958 op. cit. p. 52.

(3) David Mc. Clelland, The Achieving Society, Princeton, N., Van Nostrand, 1961.

(4) Lerner, 1963, op. cit., pp. 334 - 345.

(5) Laks Hamana Rao, The Role of Information in Economic and Social change, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1966, p. 58.

يتطلعون إلى أن تصبح بلادهم أقوى وأعظم مما هي فيه. وهذه مسألة غاية في الأهمية للبلاد النامية. كما يتبين، على المدى الطويل أثر الإعلانات على كثير من العائلات التي عملت بجهد لتصل إلى مستوى أعلى من المعيشة كالذي يتمتع به أفراد آخرون. أو لتتال شيئاً ما، قرأوا عنه أو سمعوا به أو شاهدوا صورته. هذا التاريخ وتلك الإعلانات تشجعنا على الاعتقاد بأن وسائل الإعلام قد تستطيع زيادة تطلعات جماهيرها في الثقافات النامية والمتقدمة جداً على حد سواء^(١).

ويعتقد شرام أن الاتصالات الكثيرة بكل المجتمع من طريق وسائل الإعلام تبدو مرتبطة بالتطلعات الأعلى. ويفترض بعض أصحاب النظريات في التنمية أن خلق الحاجة العريضة لزيادة التطلعات هي المرحلة المبكرة الهامة في العصرية^(٢).

أما روجرز فإنه يعرف التطلعات التعليمية بأنها مستوى التعليم الرسمي الذي يرغبه الآباء لأبنائهم، والتطلعات المهنية هي مستوى المكانة المهنية التي يريدها الآباء لأبنائهم^(٣). ويضيف إلى ذلك أن زيادة التعرض لوسائل الإعلام تؤدي إلى زيادة التطلعات التعليمية والمهنية للآباء تجاه أبنائهم. وحتى يرتبط الأفراد، في المجتمعات التقليدية المنعزلة نسبياً، بالعالم الخارجى بفرصة المتعددة، فإنهم غالباً لا يدركون مستوى المكانة التي قد يصل إليها أبنائهم. إن معرفة المستويات الأفضل للحياة التي يدركها الناس عن طريق تعرضهم لوسائل الإعلام سوف تقودهم إلى تطلعات أعلى^(٤).

٦- دوافع الإنجاز:

يمكن تعريف الدافع إلى الإنجاز بأنه الرغبة في الوصول للكمال والإجادة من جانب الفرد كي يصل إلى إنجاز بعض مبادئ النشاط^(٥). ويؤكد روجرز أيضاً دور

(1) Schramm, 1964, op. cit., p. 131.

(2) Schramm, 1964, op. cit., p. 127 - 144.

(3) Rogers, 1969, op. cit., p. 55.

(4) Ibid.

(5) See David Mc Clelland, "The Achieving Motive in Economic Growth" in Bert Hoselitz and Wilbert E. Moore (eds) *Industrialization and Society*, Paris. UNESCO, 1963

See Mc Clelland, 1961, op. cit., p. 76.

وسائل الإعلام في خلق مثل هذا الدافع، ذلك أنها تعرض للمتلقي أنواع أخرى من المعيشة، وبالتالي فهي تعطيه الفرصة للمقارنة بينها وبين معيشته (١). ولكن ليرنر يعتقد أن هناك فجوة بين ما يرويه الفرد وبين ما يحصل عليه بالفعل، وربما تؤدي هذه الفجوة في تحقيق الرغبات إلى تصاعد موجة الشعور بخيبة الأمل (٢).

ومن ناحية أخرى يقول روجرز "Rogers" وماك كلياند "Mc Celland" أنه لم يثبت في بحثهما أن الدافع إلى الإنجاز قد تسبب في نجاح الفرد (٣).

٧- الانفتاح على العالم الخارجي:

ويعنى درجة اهتمام الفرد بما هو خارج بيئته المباشرة. أما الشخص الذي ينحصر اهتمامه فقط فيما يحيط به ولا يسمح لاهتماماته أن تتجاوز هذا الحد يسمى إنساناً محلياً "Localite". بينما يقصد بالشخص المنفتح على العالم "Cosmopolite" ذلك الذي يعتبر نفسه جزءاً لا يتجزأ من عالم أكبر (٤). ويصف ميرتون "Merton" الشخص المحلي الصميم في مدينة روفر "Rovere" بأنه ذلك الذي يرى في روفر عالمه الوحيد ولا يعرف عالماً سواه. ومن ناحية أخرى نجد شخصاً منفتحاً على العالم يعيش في روفر ولكنه في نفس الوقت يعيش في المجتمع الكبير (٥).

ويسمى بارك "Park" الإنسان المنفتح على العالم بالرجل الواقف على الحدود (٦) وأما لوين "Lewin" فيسميه حارس البوابة (٧) ويطلق عليه باي "Pye"

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 261

(2) Lerner, 1958, op. cit., p. 333, 1972, op. cit., p. 105.

(3) Rogers, 1969, op. cit., p. 246; Mc Clelland, 1961, op. cit.

(4) Rogers, 1969, op. cit., p. 147.

(5) Merton 1967 op. cit., pp. 393 - 394.

(6) Robert E. Park, "Human Materials and the Marginal Man" American Journal of Sociology, 1928: No. 33, pp. 881 - 893.

(7) Kurt Lewin, "Group Dynamics and Social Change" in Eleanor E. Maccoby and others (eds). Readings in Social Psychology, New York, Holt Rinehart and Winston, Inc. 1958.

لفظ سمسار ثقافى^(١) وأما فولى "Foley" فيسميه «نر السمات المثنية»^(٢).

ويؤكد روجرز أهمية الدور الذى يلعبه الانفتاح على العالم الخارجى فى عملية العصرية. ومن المرجح أن الاتصال بالعالم الخارجى يجب أن ينظر إليه كبداية الدافع إلى حياة أكبر عصرية. وبالتالي، فإن الاتصال المنفتح على العالم يمكن الفلاح من الإبقاء على اهتمامه بالأفكار الحديثة وزيادتها. ومن ثم يمكن اعتبار الانفتاح على العالم الخارجى عاملاً يقود إلى عملية العصرية^(٣).

كما أن الفرد التقليدى يجب أن يتصل بالعالم الخارجى بطريقة ما قبل أن يصبح منفتحاً عليه وهذه الصلة قد تكون فعلية أى عن طريق سفر الشخص بالفعل إلى خارج مجتمعه، أو قد تكون ذهنية "Vicarious"، أى من طريق الاتصال بخارج المجتمع من خلال وسائل الإعلام^(٤).

ويعتقد ليرنر فى إمكانية استخدام وسائل الإعلام كعوامل مساعدة على خفة الحركة. وهو يميز الإنسان الذى يتمتع بخفة الحركة بقدرته العالية على الارتباط العاطفى بالجوانب الجديدة فى البيئة التى يعيش فيها^(٥).

ويتصل الفرد بالعالم الخارجى بمجموعة متنوعة من القنوات منها ما يلي:

١ - الأشخاص الخارجيون عن المجتمع الذين يفنون إليه.

٢ - الرحلات إلى خارج المجتمع.

٣ - وسائل الإعلام.

٨ - الإدراك السياسى Political Knowledge

يمكن أن نقول أن الإدراك السياسى هو الدرجة التى يصل إليها الفرد فى فهم كافة المعلومات عن بلاده بصفته مواطناً صالحاً يقوم بواجباته السياسية على

(1) Pye, 1963 pp. cit.

(2) Donald Foley, Neighbors Or Urbanites? Rochester, N.y.: University of Rochester, 1952.

(3) Rogers, 1969, op. cit., p. 56.

(4) Lerner, 1958, op. cit., p. 50.

(5) Lerner, 1958, op. cit.

وجه صحيح. ويمكن الحصول على هذه المعلومات عن طريق التعليم الرسمي، والتعرض لوسائل الإعلام، والرحلات إلى المراكز الحضرية، أو عن طريق الاتصال المباشر للفرد بالآخرين الأكثر منه علماً في هذه المسائل. وغالباً ما يدل الوعي أو الإدراك السياسي على السعي الدائب وراء المعلومات. وعلى الشعور المتميز للفرد بأنه جزء من مواطني الأمة. كما يدل على أن الفرد قد حصل على الحد الأدنى للتقدم السياسي على الأقل^(١).

وبينما يمثل الإدراك السياسي معرفة الأحداث السياسية والقادة خارج مجتمع الفرد، فإن التقدم السياسي ينبغي أن يتضمن تعبئة عامة الشعب للجهود القومية وتوسيع دائرة المشاركة بالطرق التي تؤثر على عملية اتخاذ القرار^(٢).

ويعتقد روجرز بأن قادة الرأي العاملون في الحكومة في البلاد النامية يشعرون بأن وسائل الإعلام تعتبر قنوات قومية لنقل الأخبار السياسية. كما أنها تخلق الاهتمامات الواعية للمواطنين ومشاركتهم في السياسة، وهي تؤدي إلى تطوير الروح القومية^(٣).

يضاف إلى هذا بأن تعرض الفرد المتزايد للعالم خارج مجتمعه ينعكس غالباً على إدراكه السياسي والاجتماعي. فالفلاح الذي يسافر إلى المدينة، والذي يقرأ الجريدة والذي يستمع إلى الراديو غالباً ما يكون مطلعاً على مواقف الحكومة، وخاصة ما يتصل منها بأنشطة التنمية.

وقد وجد إيرنر، في بحثه الذي أجراه في الشرق الأوسط، أن المشاركة السياسية الواسعة قد ارتبطت بالتقدم الوجداني والتعليم والتعرض لوسائل الإعلام^(٤).

(1) Pye, 1963, op. cit., p. 20.

(2) Ibid.

(3) Rogers, 1969, op. cit., p. 11 & p. 157.

(4) Lerner, 1958, op. cit.,

كما توصل لفتح الله الشطيب إلى أن التحليم يرتبط إيجابياً بالإدراك السياسي^(١) وكذلك وجد هاريك "Harik" أن التعرض المتزايد لوسائل الإعلام يرتبط بالإدراك السياسي^(٢).

معوقات التنمية

Development Barriers

ليست التنمية هي مجرد عملية بسيطة يتبنى فيها المزارعون، مثلاً، التكنولوجيا السليمة للزراعة، بل أنها تتضمن أيضاً بمزايأ الأفكار الجديدة على وسائلهم وطرقهم التقليدية. ولكي يتمكن من إقناع الفلاحين يجب أن نعرفهم أولاً. وقد بينا فيما تقدم أنه من الضروري بمكان فهم نوعية الفلاح ونضيف إلى ذلك ما سنسرده هنا.

على الرغم من تعدد أوجه الشبه بين مجتمعات الفلاحين، فيرى أويس بعض الاختلافات. فانخفاض مستوى المعيشة، مثلاً، ليس خاصية من خصائص الفلاحين تتلاق بهم وحدهم وعلى الدوام. بل إن هناك بعض الفلاحين لا يمانون منه، بينما يحس به ويعانى منه بعض الفقراء من أهل الحضر. أى أن الفقر ليس احتكراً على الفلاحين بل إن البعض في الحضر يعانى منه^(٣).

ومن ناحية أخرى فإن الثقافة الفرعية، التي هي جزء من ثقافة عامة، تشتمل على كثير من عناصر تلك الثقافة العامة، إلا أنها يمكن أن تتميز بسمات معينة تجعلها منزلة عن قطاعاتها^(٤).

(1) Fathalla El Khatib and Gordon Hirabayashi, Communication and Political Awareness in the Villages of Egypt, *Public Opinion Quarterly* Vol. 22, No. 3, 1958, pp. 357 - 363.

(2) Illiya Harik *The Political Mobilization of Peasants*, Ontario, Indiana University Press, 1974.

(3) Lewis, 1964, op. cit., p. 150.

(4) Ibid.

وتعاني مجتمعات الفلاحين من عدم الثقة المتبادلة، والشك، والنفور من الملاحظات الشخصية^(١)، ويقول روجز أن الفلاحين يعتقدون بأن كل الرغبات في الحياة محدودة، وأن ما يكسبه المرء يكون خسارة بالنسبة لغيره. وهم لا يثقون في المسؤولين في الحكومة إلا أنهم في نفس الوقت، يعتمدون عليهم ويلجأون إليهم ويميل القرويون إلى حياة الأسرة، ويحطون أهدافهم الخاصة في المرتبة التالية بعد أهداف الأسرة. ويفتقر الفلاحون بشكل عام إلى روح التجديد ولا يقابلون التغيير بالترحاب^(٢).

ويؤمن الفلاحون كذلك بالقدر. والقدر هو الدرجة التي يحس عندها الفرد بعدم قدرته على التحكم في مستقبله^(٣).

وتتفق كثير من الدراسات على أن آماني الفلاحين وتطلعاتهم الاجتماعية محدودة نسبياً. وهذه التطلعات تعني الرغبة في الوصول بالمحالات المعيشية إلى مستوى معين في المستقبل^(٤).

ويلتزم الفلاحون إلى إمرأه الجزاء الأجل، وتأخير القناعة العاجلة في مقابل الجزاء الأجل^(٥)، وهم يتحفظون أيضاً بنظرتهم المحدودة والضيقة إلى المالم. وهم محليون في تحركاتهم الجغرافية وفي تعرضهم لوسائل الإعلام، وأديهم

(1) George Foster, *Trintrantran, Mexican Peasant in a Changing World*. Boston: Little Brown, 1967, p. 91.

(2) Rogers, 1969, op. cit., pp. 26 - 30.

(3) - Orlando Fals Borda, *Peasant Society in the Colombian Andes: A Sociological Study of Saucis Gainesville, Fla: University of Florida Press, 1955, p. 245.*

— Edward C. Banfield, *The Moral Basis of a Backward Society*, New York, Free press, 1958, p. 109.

— Morris G. Carstairs, *The Twice Born: A Study of a Community of High Caste Hindus*, Bloomington, Ind. University of Indiana press, 1958, p. 106.

(4) Rogers, 1969, op. cit., p. 33.

(5) Louis Schneider, and Svenne Lysgaard "The Deferred Gratification Pattern: APreliminary Study" *American Sociological Review*, 1953 No. 18 pp. 14 - 149.

نظرة غير ذات بال لعامل الوقت. وهم محليون في الدرجة التي يوجهون إليها في نظامهم الاجتماعي^(١).

وأخيراً يتصرف الفلاحون بأن التقمص الوجداني لديهم منخفض نسبياً، أي أن الشعور بقدرة الفرد على أن يضع نفسه في الدور الذي يقوم به غيره شعور ضعيف^(٢).

وإذا نظرنا إلى الريف المصري فإننا نجد فيه أيضاً بعض العوامل التي تعوق التنمية كالإيمان بالقدر وانخفاض التقمص الوجداني.

ويخلاف الحواجز النفسية غير الظاهرة والمرتبطة بنشأة وعادات الفلاح، هناك حواجز ملموسة تتعلق بسلوب معيشته اليومية والوسائل التي يستخدمها في الزراعة ومدى حركته من أجل العمل. فمن ناحية المنزل الذي يسكن فيه الفلاح نجد أنه يفتقر إلى روح المصرية وإن كان لا يفتقر كثيراً إلى الجو الصحي. والفلاح يتمسك بتقاليد، التي ذكرناها، وبالتالي فهو لا يقبل - إلى حد كبير - التغيير والتطور.

وبالمثل نجد أن الوسائل التي يستخدمها الفلاح في الزراعة هي وسائل بدائية وهي لا تختلف كثيراً عما كان يستخدم من آلاف السنين. ورغم أن الفلاح قادر بنفسه وأسوته على إتمام أعمال الزراعة في أرضه على وجه مرضى إلا أن إنتاجه لا يمكن مقارنته، بإنتاج الوسائل الآلية الحديثة في الزراعة.

(1) Rogers, 1969, op. cit., - 12.

(2) Lerner, 1958, op. cit., p. 79.

الفصل السابع

البحوث وميكانيكية اداها

للمعلومات للقرار

يرتبط مفهوم التنمية الشاملة عادة بالنمو الكمي في التصنيع والتخطيط المركزي ونمو رأس المال واستخدام أقصى درجات التكنولوجيا. وفي مثل هذا النموذج فإن الاتصال يركز على :

١ - نشر المعلومات، كما يركز أيضا على

٢ - الاقتناع حيث يجعل الناس على بينة من المزايا التي تعود عليهم، وعلى

٣ - التوضيحية المطلوبة، أو التي سيقومون بها، من أجل تحقيق التنمية، كما يركز أيضا على

٤ - حث المثقفين لاتباع القادة.

وتواجه التنمية حاليا تحديات كثيرة مما يستلزم أن نركز على النشر والاقتناع وعلى معرفة، ثم تلبية، حاجات الانسان الاساسية وعلى ايجاد قدر اكبر من المساواة بين المواطنين في الحصول على أعلى درجات المستويات المعيشية، كما أصبح التركيز حاليا أيضا على مساهمة الفرد في صنع القرار وعلى حواجز الاجور وتبني التكنولوجيا المناسبة.

المساهمة في صنع القرار :

يمكن ان تتم المساهمة في صنع القرار من تطبيق بعض الاجراءات الهامة مثل:

١ - البحث عن وسائل لعلاج مشكلات الاتصال.

٢ - ان تكون الاتجاهات نحو تحويل عمليات المعلومات الى عمليات اتصال.

٣- ان يتم تحويل الاهتمام من مجرد حصول الفرد على معلومات أو مناجاة نفسه بالمعلومات التي لديه الى الاهتمام بالحوار عن طريق الاتصال المباشر، أو الاتصال متعدد الجوانب، وتبديل التدفق الرأسى للرسائل الى نظام للاتصال الافقى^(١).

ومن المهم الاشارة الى أن تقرير اليونسكو للمسئولين في الحكومة المصرية اهمية دور المعلومات باعتبارها ثروة قومية للتنمية الاجتماعية والاقتصادية في مصر^(٢).

وهناك شعور بالحاجة الى معلومات حديثة والى بيانات يمكن الاعتماد عليها في صنع السياسة القومية وصنع القرار وفي التخطيط في المجالات التي لها أولوية مثل التنمية الاقتصادية، والرعاية الصحية والسكان، وتحديث الزراعة والتجارة الخارجية... الخ. وتعتبر المعلومات عامل اساسى لصنع القرارات الملائمة والفعالة وفي ايجاد مساهمة فعالة من الجمهور للرقى بالاقتصاد القومى.

ومن ثم فيمكن القول ان من المقومات الرئيسية للسياسة القومية المصرية للمعلومات ما يلى:

١ - ان لدى صانعى السياسة القومية وصانعى القرار فى كل قطاعات النشاط فى مصر اقتناع واعتراف كامل بأن المعلومات هى ثروة قومية وهامة للتنمية القومية.

٢- وأن هذه المعلومات تساهم بطرق هامة وكبيرة فى تحقيق التنمية القومية

(1) UNESCO, Interim Report on Communication Problems in Modern society, Paris: International Commission for the Study of Communication Problems, Sep. 1978, p. 58.

(2) UNESCO, 1978, opcit., p. 51.

وفى تحسين مستويات معيشة المواطنين بخلق مجتمع متقدم لديه المعلومات اللازمة والمطلوبة.

٢- تحقيق استفادة كاملة وفعالة من المعلومات والبيانات العامة وايضا الاستفادة من معلومات معينة ومتخصصة فى مختلف المهن فى مساعده الخبراء والمتخصصين فى كافة الانشطة التى يمارسها المواطنون سواء تم انتاجها أو الحصول عليها من داخل الدولة أو أى مكان آخر وأن يتم الاستفادة من تلك المعلومات فى صنع القرارات الفعالة فى حل المشكلات على كافة مستويات وقطاعات المجتمع^(١).

ومن اجل هذا فانه يجب أن ينظر الى الاتصال والتنمية على انه عملية متكاملة تتضمن فهم الجمهور الملقى والتعرف على حاجاته، وتتضمن، تخطيط للاتصال عن مجالات مختارة وعلى الاستراتيجيات ، وصنع الرسائل ونشرها على المثلثين (ويمكن ايضا الاستفادة منها فى الاتصال المباشر بين النداء) ورجع الصدى.

عرض لبحوث الاتصال عن التنمية الريفية فى مصر

يبين نتائج الدراسات التى أجريت على الريف المصرى أنه يعاني من مشكلات كثيرة كامة من سنوات طويلة لعل من أهمها: الأمية وانخفاض الانتاج الزراعى وانتشار بعض الأمراض المتوطنة، ومن ثم فإن الريف المصرى كان دائما موضع دراسة الباحثين، خاصة الدارسين فى علوم الاجتماع والزراعة والاعلام، وهو أمر يجب أن يستمر حتى يمكن رفع مستوى معيشة القروى الى المستوى المطلوب.

وقد تركزت هذه البحوث فى السنوات القليلة الماضية بصفة اساسية على التنمية الريفية، وسنعرض هنا لطبيعة وأهداف البحوث الميدانية عن التنمية الريفية

(1) Neelameghan A, and J. Tocothian, Egypt's National Information Policy. Paris" UNESCO, 1987, p.5.

التي أجريت في مصر في لواخر السبعينات والثمانيات والمناهج التي اتبعت فيها، وأهم المزايا التي حققتها تلك البحوث وأهم ما شابهها من نقائص تتطلب العلاج القوي لها وأهميتها أيضاً في رسم السياسة الإعلامية ونعرض نطقاً للبحوث.

وفي اختيارنا لهذه البحوث، راعينا أن تكون بحوثاً ميدانية عن تنمية الريف المصري قام بها باحثون مصريون، وقد استبعدنا البحوث التي اقتصت بتاريخ الريف المصري أو الدراسات الانطبائية.

وقد اختلفت أهداف بحوث الاتصال التي أجريت في مصر عن التنمية الريفية كما أن أنواعها تعدت، إلا أنه يمكن أن نجل تلك الأهداف في المجموعات الستة التالية: (١).

أهداف البحوث :

١ - بحوث الاتصال التي تهدف إلى دراسة اتجاهات القرويين ودراسة القيم والعادات التي يتسكن بها والتي تقف عتبة أمام التنمية الريفية.

وقد تضمنت البحوث التي أجريت في هذا المجال دراسة اتجاهات القرويين نحو تنظيم الأسرة، وحجم المعلومات الزراعية الحديثة التي تتوفر لديهم مثل المعلومات عن الميكنة الزراعية وعن التلقيح الصناعي للحيوانات. كما تضمنت الدراسات كذلك معرفة اتجاهات القرويين نحو مجالس القرى، والجمعيات التعاونية والمراكز الاجتماعية.

(1) M.I.T./CAIRO UNIVERSITY, Technological Planning Programme
Annotated Bibliography; Communication Needs for Rural Development Research Project, Report No. 5, 1979.

أعدت اللجنة المشتركة بين جامعة القاهرة ومعهد "ماساشوتش" للتكنولوجيا (الأمريكي)، والتي تضم مؤلفة هذا الكتاب ضمن أعضائها، التقرير المذكور عن التعرف على الاحتياجات الاتصالية من أجل التنمية الريفية في مصر (في إطار مشروع بحث ضمن برنامج التخطيط التكنولوجي).

٢- بحوث الاتصال التي تهدف الى دراسة دور وسائل الاعلام فى حملات التنمية وتركزت تلك المجموعة من البحوث على دراسة دور وسائل الاعلام، المسموعة والمرئية فى حملات محو الأمية، وفى حملات تنظيم الأسرة علاوة على دراسة دور وسائل الاعلام فى خلق وعى سياسى واجتماعى لدى القرويين.

٣- بحوث الإتصال تهدف دراسة بناء الاتصال ودوره فى المجتمعات الريفية.

وقد غطت هذه البحوث جوانب رئيسية ومتعددة مثل: دور وسائل الاعلام فى نشر الأفكار الزراعية والاجتماعية المستحدثة ودورها فى خلق النظرة العلمية لدى القرويين، اتبنى وسائل التكنولوجيا الحديثة (مثلا) علاوة على التعرف على دور وسائل الاعلام فى دراسة العوامل التي تؤثر على السلوك الاتصالي ودراسة مدى تبني الأفكار المستحدثة بصفة عامة، ودراسة مدى اقبال القرويين على عضوية المؤسسات الاجتماعية المختلفة فى القرية ومدى انتمائهم لها، ودراسة دور الاعلام الريفى فى تنمية الريف، ودراسة دور الاعلام البنى فى تنمية المجتمعات الريفية، ومدى تأثير نواى الاستماع والمشاهد على حياة القرويين بالاضافة الى دراسة مدى تعرض القرويين لوسائل الاعلام ومدى ملكيتهم لاجهزتها (أجهزة وسائل الاعلام) علاوة على التعرف على البرامج الاذاعية المسموعة والمرئية التي يفضلون الاستماع اليها ومشاهدتها.

٤ - بحوث الاتصال عن التنمية الريفية التي تهدف دراسة الارشاد الزراعى، وقد ركزت الدراسات فى هذا المجال على دور مختلف قنوات الاتصال فى نشر، وفى تبني الأفكار الزراعية المستحدثة. والواقع فان قنوات الاتصال التي استخدمت فى هذه البحوث متعددة ويمكن أن نذكر منها ما يلى:

زيارات المرشدين الحقول والمناطق الزراعية المطلوب تغييرها وحضورهم اجتماعات القرويين والمطبوعات الارشادية - والمجلات الزراعية، والبرامج الزراعية فى الراديو وفى التليفزيون، والمعارض .. الخ.

كما تضمنت أيضا دور الخصائص الاجتماعية والنفسية للقرويين في التغيير
مثل: دراسة أثر التعليم وأثر الحالة الاقتصادية للقروي واتجاهاته وعائته، على قبوله
وسائل الاعلام عن الارشاد الزراعي. كما أجريت الدراسات كذلك لمعرفة نسبة
القرويين الذين يدركون أهمية الافكار المستعملة ونسبة هؤلاء الذين يتبنونها.

٥- بحوث الاتصال التي استهدفت الدراسة على قادة الرأي المحليين.

وقد أجريت الدراسات في هذا المجال على الخصائص الاجتماعية
والاقتصادية لقادة الرأي المحليين ومدى علاقاتهم باتباعهم في القرى مع التمييز بين
خصائص القادة والاتباع، ودور القادة في تحقيق مصالح القرويين وفي اقناعهم
بتبني مشروعات التنمية وتعزيز دور القرويين في المشاركة الشعبية.

٦- وأجريت بحوث أخرى استهدفت الهجرة الداخلية.

وقد تركزت الدراسات هنا حول تحديد «الدوافع» والظروف التي تؤدي
بالقرويين الى الهجرة من الريف الى الحضر أو حتى الهجرة من القرى التي نشأوا
فيها الى قرى أخرى. كذلك شملت هذه البحوث دراسة خصائص المهاجرين، علاوة
على دراسة الأثر الاجتماعي الناتج عن تلك الهجرة ومدى تألم المهاجرين في
مجتمعاتهم الجديدة.

هذا وقد ساعدت البحوث المتقدمة، كل المعنيين بالبحث بصفة عامة
والمختصين في التنمية الريفية بصفة خاصة، على فهم ديناميكية التغيير
الاجتماعي في مجتمع القرية المصرية. هذا وقد أصبح مجتمع القرية المصرية، الآن
أكثر انفتاحا على العالم الخارجي، وازداد اهتمام المجتمع القروي المصري أكثر مما
مضى ليس فقط بالمسائل المحلية ولكن أيضا بالمسائل القومية.

وقد يرجع هذا التغيير في مفاهيم القرويين الى زيادة تعرضهم لوسائل
وسائل الاعلام من ناحية وإلى سهولة حركتهم في التنقل خارج القرى التي نشأوا،
ويعيشوا، فيها من ناحية أخرى.

ويهم أن نوضح بأن أفكار وإراء كثير من الكتاب والعلماء فى علوم الاجتماع والاتصال والنفس، وغيرها، كانت تعتبر دائما، أن القرويين يتمسكون بالعادات والتقاليد التى نشأوا عليها وشبوا على هديها مرتبطين بها الى درجة يصعب معها قبولهم للتغيير الاجتماعى، الا أن كثيرا من البحوث التى تعرضنا اليها بينت خلاف ذلك، فى أحوال كثيرة، إذ لوحظ أن التغيير الاجتماعى يحدث فى كثير من المجتمعات الريفية، وإن هذا التغيير قد يرجع، فى معظم الأحوال وكما أشرنا حالا، الى زيادة تعرض القرويين لرسائل ومائل الاعلام كما يرجع أيضا الى الزيارات التى يقومون بها خارج القرى التى يعيشون فيها.

كذلك فقد اختبرت تلك الدراسات دور قادة الرأى فى التغيير الاجتماعى، حيث تبين أنه على الرغم من وجود قادة تقليديين، يتمسكون بالعادات والتقاليد الراسخة، التى استمرت قائمة ومتبعة على مر الزمان إلا أنه مع ذلك فقد ظهرت مجموعة جديدة من القادة تميز أفرادها بصغر السن وبثقل حصولوا على قسط وافر من التعليم علاوة على أنهم يؤيدون اتباع الأفكار المستحدثة ويؤمنون بالحاجة الى التغيير، وهم على إدراية تامة بأهمية هذا التغيير وبالفوائد التى ستعود على مجتمعاتهم الريفية من جراء الأخذ به^(١).

مناهج البحوث :

أظهرت الدراسة التى قمنا بها على بحوث الاتصال عن التنمية الريفية، انها قد بنيت، كما أسلفنا، على أساس الدراسة الميدانية. وقد استخدمت فى جمع المعلومات اللازمة لتلك البحوث وسيلتين هما المقابلة والاستبيان. غير أنه لوحظ أن نسبة بسيطة من الدراسات المشار اليها قد اعتمدت على الملاحظة عن طريق المعيشة.

(1) Shahinaz Talaat The Flow of Information in an Egyptian Village, M.A. Thesis, The American University in Cairo, 1973.

هذا وقد تم تصميم صحيفة الاستبيان لكي تجمع المعلومات عن أفكار الباحثين وأرائهم وعاداتهم وتقاليدهم ولكي تجمع المعلومات أيضا عن اتجاهاتهم وسلوكهم.

أما التحليل الاحصائي الذي أجرى على تلك البحوث فقد استخدم أساليب متعددة منها تحليل العلاقات بين المتغيرات المختلفة ووضعها في جداول تكرارية، ومنها استخدام معامل الارتباط والمتوسط الحسابي واختبار الثقة.

مزايا البحوث :

على الرغم من أهمية وجود خطة قومية متكاملة لبحوث وسائل الاتصال في التنمية الريفية في مصر، وبالرغم من أنه لم يتبين وجود هذه الخطة بالشكل المتكامل الذي يتناسب وأهميتها، إلا أنه مع ذلك فإن النتائج التي توصلت إليها البحوث الميدانية التي أجريت، والتي استعرضناها وأجملنا الإشارة إليها فيما تقدم، تعتبر نتائج هامة وذات فائدة جمة تساعد على رسم سياسات التنمية وخططها في كل مرة يقوم فيها المسئولون بوضع تلك السياسات وهذه الخطط.

هذا ويمكن استخدام نتائج بحوث الاتصال عن التنمية الريفية فيما يلي:

١- رسم سياسة للاتصال الريفي تلخذ في اعتبارها الظروف الاجتماعية والنفسية للقويين خاصة مع زيادة استخدام وسائل الاعلام الالكترونية كالارسل التلفزيوني بالاقمار الصناعية ورسائل مذاعة بالفيديو ومراعاة تأثيرها على معيشة الفلاح ونتاجه.

٢ - وضع سياسة للإرشاد الزراعي تؤدي الى زيادة انتاج المحاصيل الزراعية وتسويقها، والى زيادة انتاجية الثروة الحيوانية كما تستخدم نتائج البحوث في اعداد خطة عمل مشترك بين المدارس الثانوية الزراعية وبين هيئة الإرشاد الزراعي، وكذلك تقوية الصلة بين تلك الهيئة وبين الجهات المسئولة القائمة بالاعلام، وتستخدم النتائج كذلك في عمل برامج توعية لتدريب المرشدين الزراعيين في كل خطط التنمية المطلوب تطبيقها على الجمهور المستهدف.

٢ - استخدام المعلومات الحديثة البناعة، خاصة تلك التي ينشرها الوعاظ بالمساجد والقصارىء بالكنائس، وجعلها آراء فعالة لخدمة أغراض التنمية.

مأخذ علي هذه البحوث :

ورغم ما للبحوث الاتصال عن التنمية الريفية التي أجريت في مصر من أهمية وفائدة إلا أننا لم نجد كل ثمارها لأسباب متعددة إلهل من تلك الأسباب وجود بعض المأخذ على هذه البحوث كما يلي.

١- تركزت - تلك الأبحاث على دراسة التأثير الاتصالي قصير الأجل والتفاخى عن التأثيرات طويلة الأجل (وهي قد تعتبر أكثر أهمية من التأثيرات قصيرة الأجل) والتي يهتم بها المخططون، بالدرجة الأولى، عندما يضعون الخطط التوعمية (كالمخططة الخمسية للدولة التي تعد عن سنوات خمس قادمة).

يضاف الى هذا بأن كثيرا من تلك البحوث قد قام بها طلبة الدراسات العليا في الجامعات وهم عادة يسمون للحصول على درجة علمية (ماجستير أو دكتوراة) ومن المعلوم أن امكانيات طالب الدراسات العليا قد تعتبر - في كثير من الأحوال - امكانيات ضعيفة بالمقارنة بامكانيات مجموعة من الباحثين أو مؤسسة بحثية اعلامية مثلا، ومن ثم فإنه يمكن القول بأن تلك البحوث لم تحتل بنراسات مستفيضة وموسعة، خاصة من الناحية الميدانية، كمثيلاتها التي قد تقوم بها وكالات وجهات متخصصة في البحوث أو مراكز البحوث.

٢- عدم التنسيق في أهداف وخطط وبرامج تلك البحوث مع الجهات المعنية بالتنمية الريفية مثل هيئة الارشاد الزراعي والمركز القومي للبحوث والمعهد القومي للتخطيط وأيضا المسئولون عن وضع سياسات الاعلام فالتنسيق من شأنه أن يؤدي الى زيادة التفاعل بين مختلف الأجهزة والقطاعات بالدولة كما يؤدي أيضا الى تقييم هذا التفاعل وتقييم التعرض لوسائل الاعلام وهو ما يساعد بدوره على زيادة سرعة دوران عجلة التنمية.

٣- اتجهت معظم هذه البحوث الى دراسة وتحليل الاتصال الرأسى «من أعلى الى أسفل» من الجهات القائمة بالتوجيه والارشاد للتنمية الريفية الى القرويين (المستقبلين لتلك المعلومات والارشادات)، وذلك دون الحصول على، أو معرفة، رجع الصدى منهم والذي يعتبر أحد العناصر الجوهرية الهامة فى عملية الاتصال الفعال. وبالتالي فإن تجاهل اتجاه الاتصال من أسفل الى أعلى من شأنه أن يؤدي الى خفض فاعلية الاتصال فى عملية التنمية الريفية، وهو ما يؤدي الى عدم اعداد رسائل الاتصال وتحديد مكوناتها بطريقة سليمة، تعتمد على بيانات «رجع الصدى» بما يزيد من فاعليتها فى تحقيق أهدافها.

٤- ولأن التركيز كان على الاتصال الرأسى ودون رجع الصدى فإنه لم تتم دراسة «الاتصال الأفقى» بشكل فعال مثل: كيف يمكن للاتصال أن يسرى فى كافة أرجاء القرية، وكيف يعمل الناس معاً، وما هى مشاكلهم المشتركة؟ وكيف يشترك أهل القرية مع بعضهم البعض فى تبني أو رفض التغيير وتكون الاجابة على هذه الأسئلة وغيرها، إطار الاتصال الأفقى». ويمثل عدم دراسة «رجع الصدى» «الاتصال الأفقى» وجود جانب كبيراً من القصور فى البحوث التى أجريت يتعين علاجه بما يؤدي الى المساهمة بحق، فى عملية التنمية الريفية فى مصر.

أهمية البحوث فى رسم السياسة الإعلامية

من المعلوم انه وحتى تقوم وسائل الاعلام بمهامها فلا بد من توافر علاقة من اتجاهين : بينها وبين جمهور المتعرضين لها، الذين يستخدمون بيانات ومعلومات هذه الوسائل. فوسائل الاعلام يجب عليها أن تتصل بالمتعرضين لرسائلها، كما أن هؤلاء وحتى يمكن أن يستفيدوا من رسائل ووسائل الاعلام، عليهم أيضاً الاتصال بتلك الوسائل. وازيادة معدلات التنمية لابد من توافر بيانات حقيقية فعالة، ولابد وأن تتفهم المجموعات الاجتماعية المختلفة فى المجتمع أهمية التنمية وضرورة العمل على تحقيق أعلى زيادة ممكنة. ومن ناحية أخرى لابد للمسؤولين عن برامج التنمية تفهم كيفية

تفاعل الطبقات والفئات المختلفة في المجتمع فيما بينها وكيفية تفاعلها أيضا مع متغيرات التنمية. ومن هنا يأتي دور البحوث ذلك أن البحث وكما هو معلوم ماضو الا اداة يمكن بواسطتها التعرف، ويوضح في أحيان كثيرة، على رأى المتعرضين لوسائل الاعلام. فبحوث الاتصال التي أجريت عن رسائل الاذاعة أو الصحافة مثلا، تساعد مقدم البرنامج الاذاعي أو الصحفي على تجنب خطر اذاعة أو كتابة وجهة نظره المحدودة ببيئته الاجتماعية فقط بحيث يتعداها الى التعرض على نواحي أخرى مثل خصائص الجمهور واحتياجاته. وبالتالي فإن الرسائل الموجهة تصبح أكثر فاعلية. وبحاث الاتصال انواع ولأى منها فوائد ومزايا في رسم السياسة الاعلامية.

انواع بحوث الاتصال :

تتنوع بحوث الاتصال عن التنمية الريفية ومن أهمها (١):

- ١- البحوث المكتبية، وهي تلك التي تساهم في مضمون برامج الاتصال.
- ٢- بحوث عن المتعرضين لوسائل الاعلام، وهي تمثلا، عادة، بالبيانات من خصائص الجمهور وحجمه وأنواع اهتماماته ومدى حيوية ودرجة لزوم حاجاته.
- ٣- بحوث عن التأثير، وهي تظهر اتجاهات المتعرضين لوسائل الاعلام والقيم التي يعتنقوها، وبالتالي تظهر اتجاهاتهم وقيم مجتمعاتهم، كما تظهر أيضا السلوك الذي يقومون به (وكذا سلوك مجتمعاتهم).
- ٤- بحوث تحليل احتياجات الجمهور على المستوى القومي أو على مستوى مجموعة أو فئة معينة، وعادة فإن احتياجات الجمهور تختلف في كل مجموعة وفئة على كل مستوى.

(1) Ithiel De Sola Pool "The Governance of Mass Communication" in Majid Teheranian, et al. (eds) Communication Policy for National Development, Routledge and Kegan Paul, 1977, p. 140.

٥- بحوث عن التنظيم والبحوث عن النظم التي تجرى داخل المؤسسات الاعلامية ذاتها، فهي تؤدي الى التعرف على كافة الامكانيات والموارد المتاحة بالمؤسسات الإعلامية وكيفية استغلالها تلك الامكانيات والموارد، والتعرف كذلك على كيفية ادارة تلك المؤسسات بما يؤدي الى تحقيق اهدافها فيما يتعلق بمتطلبات التغيير واستخدام التكنولوجيا المتقدمة.

٦- بحوث اختبار المواد الرائدة في برنامج التنمية وتقييمها، وهذه البحوث تساهم في تطوير المفاهيم عن الأفكار المستحدثة.

ونظرا للأهمية الكبيرة التي تتصف بها البحوث وقدرتها على مساعدة الذين يضعون فكره واهداف البحوث وقدرتها على مساعدة الذين يضمنون السياسات والذين يخططون لبرامج التنمية، رغم أنها قد لا تتصف بالحياد أحيانا، فإنه يجب علينا أن نفكر في كيفية ربط أنشطة البحوث مع سياسات برامج التنمية وتنفيذها.

ومن المثلق عليه أن الهيئات القائمة بالبحوث تحتاج الى تمويل ضخم للصرف منه على تلك البحوث كما تحتاج أيضا الى مرونة تسمح لها ببعض الحرية في الابتكار والمبادرة.

ومن المهم أن نؤكد هنا على أهمية استقلال الهيئات القائمة على البحوث إذ أن هذا الاستقلال من شأنه أن يساعد على حيوتها في مساندة الباحثين في ابتكاراتهم كما يساعد تلك الهيئات أيضا في حث الباحثين على خلق الابتكارات المتصلة بالماجات التي يقوم من أجلها البحث. يضاف الى هذا بأنه إذا ما أردنا أن يكون للبحث فائدة في التطبيق فإنه يجب أن تكون هناك صلة وطيدة بين الباحثين وبين مخططي سياسات الاتصال كذلك التي بين الباحثين وبين المستهلكين من البحوث.

نظام البحوث والاستفادة من نتائجها

بعد أن تبينا أنواع بحوث التنمية الريفية التي أجريت على مجتمع القرية المصري، وتعرضنا الى أهم مزاياها والنقائص التي شابتها نعرض لمشكلة هامة هي عدم الاستفادة الكاملة من نتائج تلك البحوث ذلك انه على الرغم من المجهودات التي بذلت سواء في تخطيط واعداد الأبحاث والدراسات، أو في تطبيقها ميدانيا وفي تحليل نتائجها، فإنه مازالت بعض تلك الجوانب - تخطيط واعداد وتطبيق ميداني وتحليل النتائج - والى حد كبير مجرد أوراق مكتوبة دون إجراءات تنفيذية فعالة، وهو ما يجعل وكان الجهود التي بذلت والأموال التي صرفت طلقا معطلة . ويمكن أن نستنتج من ذلك أن الواقع العلمي في مصر مازال بعيدا عن التقدم العلمي المستهدف والذي يمكن الوصول اليه اذا ما تم وضع نظام متكامل وفعال يلخذ كل هذه العناصر في السبيل.

وقد ترجع قلة الاستفادة من البحوث بالتطبيق الميداني لها الى عدم وجود التمويل الكافي، الا أن ذلك لا يجب أن يقف حائلا أمام الاستفادة من التقدم العلمي - خاصة ان كانت الفوائد المرجوة من تطبيق نتائج البحوث أكثر من تكلفتها - بل يجب أن يتم هذا التطبيق بدون أي تردد وأن يستمر دون توقف طالما يحقق اهدافه.

وهم أن نوضح أن المقصود من عدم الاستفادة الكاملة من نتائج البحوث لا ينصرف فقط الى عدم تطبيقها، وإنما يشمل أيضا التطبيق الجزئي، أو الخاطئ. لنتائج تلك البحوث نتيجة تغير ظروف المجتمع القروي مثلا، وفي هذه الحالة يجب مؤازمة الوضع لاستخدام النتائج البحثية.

وقد تعددت المجالات والأنشطة التي لازالت تقتصر الى الاستفادة من نتائج بحوث الاتصال من أجل التنمية، في معظم دول العالم، نذكر منها: الزراعة والصناعة، والتعليم. كما أنه في الطب والصحة وتنظيم الأسرة زاد القصور اي زادت الفجوة بين النتائج والتطبيق الميداني . وفي دراسة قامت بها الإدارة الأمريكية

للمحة العامة تبين انه لم يتم الاستفادة من نتائج البحوث الطبية الجديدة مما نتج عنه وفاة ٨٨٠٠٠ مريض من مرضى السرطان، ٢٠٠٠٠ مريض من مرضى روماتيزم القلب وحالات أخرى كثيرة كانت الوفاة فيها نتيجة أمراض أخرى. ومن المنطقي انه اذا كانت نتائج البحوث العلمية مباشرة بالخير وفعالة ولم يتم الاستفادة منها، في دولة تعد قمة في التقدم العلمي والتكنولوجيا في العالم، فما يالنا بالدول الأقل تقدما منها أو النامية. ويتفق معنا في هذا الرأي بعض الكتاب مثل الكاتب «فولسم»^(١).

ويهم أن نوضح أنه بالرغم من الجهود المبذولة في الاعداد للبحوث الا أنها تنقذ أحيانا بعض مقوماتها بما يشوب الاعداد ببعض القصور. وحتى يمكن لنا أن نتبين مشكلة القصور في اعداد بحوث الاتصال عن التنمية الريفية في مصر وفي الاستفادة منها، بدرجة اشم وأوضح فانه ينبغي أن نتمقق أكثر الى داخل العملية الاساسية لاعداد البحوث وأن نتبين العمليات المتداخلة فيها ووظائفها والمراحل الموجودة بها.

اعداد البحوث :

نكرر ما اسلفنا من أن الاستفادة من بحوث الاتصال عملية قائمة ومستمرة طالما أن حاجتنا دائما متجددة، وهي بالطبع عملية متصلة بالاتصال ومتعلقة أيضا بالتغيير الاجتماعي. وتمتيز نتائج البحوث في تلك العملية رسالة من ضمن رسائل وسائل الاتصال. وهذه النتائج قد تم التوصل اليها بالدراسات الميدانية التي استشفت حاجات وآراء ميئات المبحوثين. هذه الحاجات والآراء ترسل الى مخططي البحوث حيث تتم محاولات اشباعها والوفاء بها وبالتالي تعود الى الجمهور المستهدف في صورة «افكار مستخدمة للتطبيق».

(1) M.B. Folsom "Today's Health Needs and Tomorrow's Services" *American Journal of Public Health*, No. 53, 1963, pp. 863-871.

وكما هو واضح فإن اعداد البحث والاستفادة منه يعتبر عملية من العمليات ومن ثم وحتى نتعرف على عناصرها لابد أن نوقف حركتها في نقط محددة وفي توقيت محدد. ثم نقوم بتحديد المراحل أو الخطوات في تلك العملية^(١). وهذا هو ما سنقوم به حيث نستعرض- للقضاء على المشكلة المعنية أو تلبية الحاجة - نظام لاعداد البحوث والاستفادة منها.

ونبين في الشكل رقم (٨) نظام البحوث الذي نوصي به وهو يتكون من ثلاث عمليات رئيسية تحصل بها بصفة أساسية ست مراحل تتفاعل مع تلك العمليات الرئيسية الثلاث بما يؤدي الى أن تمتد بحوث الاتصال على حاجات حقيقية وواقعية وهو ما يؤدي الى تلبية الحاجات والقضاء على المشكلات المطروحة. ويهم أن ننوه بأن العمليات الثلاث والمراحل التي تتفاعل معها هي عمليات ومراحل تتعلق بالنظام الاجتماعي (تدور الدائرة في الشكل رقم ٨ ، مثلا بحيث قد تبدأ العملية من التطبيق حيث يعرض رجع صدق الممارس فيتم البحث عليه بعد المرور على الرابط).

عملية البحث :

وهي العملية التي يتم فيها اعداد البحث واستخدام المطومات اللازمة من الجمهور المستهدف والتي يتم فيها الاستفادة من نتائج البحث.

عملية «المرحلة» :

ويتم بمقتضى هذه العملية ترجمة حاجات الجمهور المستهدف ثم «توصيله» رسالة واضحة وكاملة عنها الى «الباحثين» كما يتم من خلال هذه العملية أيضا اعداد وتوزيع الرسائل والافكار المستحدثة من الباحثين الى الجمهور المستهدف في عملية «التطبيق».

(١) شاميتان طلعت، مراجع سابق ص ١١

عملية التطبيق ،

ويتم من خلالها أولا التعرف على حاجات الجمهور القروى، الذى يقوم البحث عليه، ثم بعد الانتهاء من البحث والتوصل الى النتائج تتم عملية «التطبيق» (بعد اعداد الافكار المستحدثة عند الباحث) ثم يظهر «رجع الصدى» اما بتبنى الفكرة المستحدثة (ايجابى) او برفضها (رجع صدى سلبى).

هذا، وفى العادة، فان اعمال البحث يقوم بها الباحثون سواء الذين يعملون فى الحكومة أو يدرسون فى الجامعات (أو الباحثون الذين يعملون فى أى جهة أو هيئة.. تقوم بالبحث فى مشكلة، أو مشاكل معينة أو حاجة عن التنمية الريفية وتبغى الحصول الى حلها أو تليينها. كما يعمل بالبحث ايضا مخططوا برامج التنمية الذين يختصون ببحث وتحقيق مشاكل الاتصال عن التنمية الريفية.

ويتحدد مجال عملية التطبيق بواسطة برامج الاتصال عن التنمية الريفية. وهى تهدف أساسا الى استخدام نتائج بحوث الاتصال عن التنمية الريفية، والتي تم التوصل اليها من البحث على الممارسين.

أما العملية الوسيطة فهى العملية التى تربط العمليتين (الأولى والثالثة) معا، ومن ثم فإننا نطلق عليها عملية «الربط» أو يقال عنها «حلقة الوصل». وهى تعنى أساسا بدراسة وترجمة وتحليل وتفسير كافة المتغيرات والمعلومات والبيانات فيما بين «الباحث» وبين الشخص (أو الأشخاص) القائم بالتطبيق الميدانى للأفكار المستحدثة (نتائج الأبحاث وهو ما يطلق عليه اسم «الممارس»).

وكما يظهر من الشكل رقم ٨ نجد أن للعمليات الدراسية الثلاث ست مراحل تمر بها متغيرات الاتصال عن التنمية الريفية فى مصر، يمكن أن نوضحها فيما يلى:

المرحلة الأولى:

سريان الحاجات المطلوبة وحاجات «الممارس» (وهو ضمن مستخدموا نتائج بحوث الاتصال الذين لهم حاجات جديدة) بفرض الوصول الى «الباحث» من خلال الربط في عملية الربط).

المرحلة الثانية:

هذه المرحلة تتم بعد أن يقوم (الرابط) بمهمته في ترجمة حاجات «الممارس» وتبويبها ثم يحولها الى عملية «البحث حيث الباحثين والمخططين».

المرحلة الثالثة:

يحاول الباحثون أن يوفروا البيانات المطلوبة من الحاجات العامة وحاجات «الممارسين» اما عن طريق تجميع البيانات من البحوث المعنية التي يقومون بها أو بإجراء مزيد من البحوث الجديدة ثم يقومون بإرسال نتيجة ذلك في شكل أفكار مستخدمة الى «الرابط».

المرحلة الرابعة:

وهي المرحلة التي يقوم فيها «الرابط» بتصفية وتلخيص البيانات الواردة من الباحث عن الأفكار المستعملة وترجمتها وتفسيرها الى اللغة التي يستطيع الممارس (العادي) فهمها.

المرحلة الخامسة:

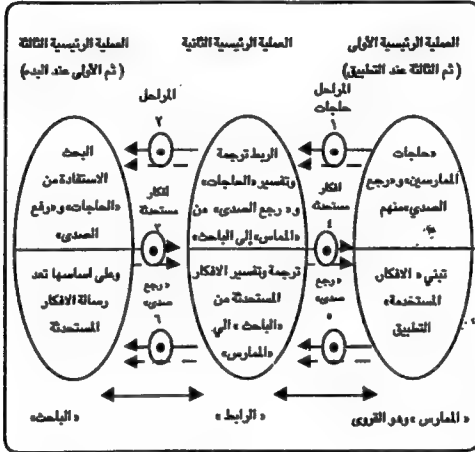
وهي المرحلة التي يظهر فيها «رجع الصدى» «حيث يقوم» الممارسون بالاتصال بالربط في العملية الثانية ويبينوا له مدى تناسب هذه البيانات الجديدة (الأفكار المستعملة) وحاجاتهم وفيما اذا حققتها من عدمه».

المرحلة السادسة:

وهي مرحلة توصيل «رجع الصدى» حيث يقوم «الرابط» في العملية الثانية بالاتصال بالبحث ويوضح له، باللغة التي يفهمها النتائج التي ترتبت على البيانات الجديدة (الأفكار المستحدثة) ورجع صدى «الممارس» ويغير الباحث الأفكار المستحدثة التي ظهرت في المرحلتين الثالثة والرابعة إذا ما كان «رجع الصدى» من الممارس الذي وصل للبحث سلبيا لم أن كان ايجابيا فإنه قد تستمر الأفكار في المرحلتين الثالثة والرابعة بشكلها الحالي، إلى حين يتم التغيير بما يتفق وحاجات «الممارسين» المتجددة والتطور العلمي والتكنولوجيا وهكذا تستمر العملية، وكما أوضحنا فإنه في معظم الأحوال فإن نظام اعداد البحث والاستفادة من نتائجه يجب أن يبدأ من عند حاجات «الممارسين» وهو أمر طبيعي حيث أنهم الجمهور المستهدف ولذلك فقد اعتبرناها العملية الأولى في النظام الذي نقتصره لعلاج مشكلة «القصور في اعداد الأبحاث وفي الاستفادة من نتائجها». كما أن الحاجات في تلك العملية هي التي من أجلها تنشأ الأفكار المستحدثة التي يتم تبنيها «رجع صدى ايجابى»، أو رفضها «رجع صدى سلبى».

ونكرر ما يوضحه الشكل عن النظام الذي نوصى به من أن هذه العمليات تبين المراحل ديناميكية مستمرة وهي لذلك يمكن أن تشبه، مجازا بالعمليات الانتاجية في مصنع لتصنيع سيارات الركوب مثلا.

الشكل (رقم ٨) : نظام للبحوث والاستفادة من نتائجها (٥)



لتفصيل المتغيرات :

- ١- «حاجات» و«الممارسين» تنتقل رسائلها، من العملية الأولى «الممارس» إلى «الثالثة» الباحث بواسطة «الرابط» من خلال المرحلتين ١، ٢.

• ملاحظة هامة : يوجد تدخل طبيعي بين العملية الرئيسية الأولى «الحاجات» والثالثة «البحث» : ففي العملية الأولى تعرف المشكلة أو الحاجة (وهي أساس البحث في العملية الثالثة) ويتم التطبيق أيضاً في العملية الأولى أما الحل أو الفكرة المستحصنة فهي تأتي من العملية الثالثة للأولى أما في العملية الثانية فالرابط هو همزة الوصل بين الاثنين .

٢- «الأفكار المستحدثة» تنتقل رسائلها، من العملية الثالثة إلى الأولى، بواسطة «الرابط» من خلال المرحلتين ٤، ٣.

٣- «مرجع المصدى» تنتقل رسائله، من العملية الأولى إلى الثالثة، بواسطة «الرابط» من خلال المرحلتين ٦، ٥.

ملاحظات :

• اعد الشكل في صورة نواثر بيضاوية بما يفيد أنها عمليات «وانها مستمرة متجددة».

• كل عملية رئيسية قسمت إلى قسمين كل قسم منها يتبين فيه الأعمال المتصلة به.

• كل اتصال بين العمليتين الأولى والثالثة يتم على مرحلتين نظرا لوجود عملية الربط (العملية الثانية) بين العملية الأولى والعملية الثالثة.

• تكل الأسهم المتقطعة على أن العمليات في هذا النظام مستمرة.

• استخدمنا اسم «الممارس» بدلا من اسم «المطبق»، واسم «الرابط» أعمق في التعبير من اسم «الموصل» وذلك استخدمناه

وتوضح هذا التقارب المجازي من وجود أوجه شبه كبير بين عمليات نظام بحوث الاتصال عن التنمية الريفية والاستفادة من نتائجها الذي نوصى بتطبيقه وبين العمليات الانتاجية في مصنع لتصنيع سيارات ركوب تبين ما يلي. (شكل رقم ٩):

العملية الرئيسية الاولى وتشمل:

• معرفة حاجات الجمهور

أ - ماكينة زراعية معينة (في نظام البحوث المقترح)

ب- سيارة ركوب بشكل معين (في مصنع سيارات).

• تلبية تلك الحاجة

أ - توفير تلك الماكينة (في نظام البحوث).

ب- تصنيع هذه السيارة (في مصنع سيارات).

العملية الرئيسية الثانية:

وينبثق عنها مراحل المساعدة في تحقيق متطلبات العملية الرئيسية الاولى:

• ترجمة هذه الحاجات للباحثين

أ - لتوفير ماكينة زراعية تحقق حاجة الممارسين

ب- لتصنيع سيارة ركوب تحقق رغبة العملاء.

وترجمة رجع صدق الباحثين أيضا:

أ - عند استخدام الممارسين الماكينة الزراعين .

ب- وعند استخدام العملاء سيارة الركوب

والعملية الرئيسية الثالثة عن البحث يتم فيها:

أ - تحديد الحاجات الحقيقية للممارسين لاستخدام ماكينة زراعية واعداد الفكرة المستحدثة عن الماكينة الزراعية (مواصفاتها وتوعيتها.. بما يشيع حاجة هؤلاء القرويين الممارسين).

ب - تحديد الحاجات الحقيقية للعملاء لاستخدام سيارة ركوب واعداد الفكرة المستحدثة عن هذه السيارة (ما يشيع تلك الحاجة).

وبين هذه العمليات الرئيسية الثلاث هناك مراحل لاعداد الافكار المستحدثة (اعداد ماكينة زراعية لحاجة القرويين الممارسين وتصنيع سيارة ركوب لعملاء المصنع).

والحقيقة فان «حاجات»^(١) القرويين الذين «سيستخدمون» نتائج بحوث الاتصال عن التنمية الريفية حاجات متعددة ويصعب تقييمها بدقة. فبعض تلك الحاجات ظاهر لنا ويمكن التأكيد منه عن طريق الدراسات الميدانية على القرويين. ومن طريق اللجان التي تشكل من بين هؤلاء القرويين والتي يحددون فيها حاجاتهم وهو ما يساعد الباحثين في بحوثهم. كما أن تلك الحاجات يمكن التعرف عليها أيضا عن طريق «الرابط» الذي لديه بحكم عمله، اتصال مستمر باعداد كبيرة من «الممارسين». ومن جهة ثانية فان لدى القرويين «حاجات» أخرى ذات طبيعة أكثر عمقا يمكن أن نتيبها وأن نقيمها فقط من خلال ايجاد حاسة رقيقة نستطيع أن نلتصق بها تلك الحاجات في فترة زمنية معينة. وفي العادة فان تلك «الحاجات» قد تندرج

(1) Vance Packard The Hidden Persuaders, New York: Pocket Books, 1964.

- Abraham H. Maslow Motivation and Personality, New York: Harper and Row, 1954.

- Rueben Hill and Others Needed Social Science Research in Population and Family Planning, New Delhi: Ford Foundation, Mimeo Reports p. 968.

تحت كل ما يكمن في نفس القروي وتحت كل ما يسبب له حرج أو يتعلق بكرامته في بعض الأحوال. فإقامة ابنة القروي غير المتزوجة، وحدها، في المدينة كان، ولا زال لدى البعض، أمرا محرجا للقروي. ومن ثم فإن حاجة القروي الى المال وبالتالي رغبته «الكامنة» في توظيف ابنته وإقامتها خارج القرية قد لا يعلمها الا شخص يتمتع بحاسة لامة وبغية وقد يكون ذلك الشخص قد عايش المجتمع الريفي الذي نشأ فيه ذلك القروي.

يضاف الى هذا بلتنا نجد نوع ثالث من «الحاجات» وهي تلك التي لا يمكن معرفتها لعمى تكون امامنا بدائل أخرى طبقا لما تظهره نتائج بحوث الاتصال عن التنمية الريفية. مثال ذلك أن يكون امام الفلاح استخدام الميكنة الزراعية، بما توفره من آلات حديثة مما يعطى له انتاجا اكبر بجهد أقل قد يغطي ارتفاع تكلفة اقتنائها، باعتبارها بديلا للنظام اليدوي التقليدي في الزراعة.

ومن ثم فالتنا نجد أن عمليات نظام بحوث الاتصال عن التنمية الريفية تؤدي، غالبا، الى خلق حاجات جديدة كما تؤدي الى تبديل أولويات الحاجات القائمة. ففي المثال المتقدم نجد أن استخدام الفلاح للآلة الزراعية الحديثة خلق عنده حاجة جديدة، قد تتعلق بتعلمه الى الحصول على أنواع أخرى من الآلات الزراعية - وهذا من شأنه أن يؤدي به الى تبديل الأولويات يشتري اليوم آلة، بالتقسيم، بدلا من أن يقوم بتشغيل عدد من العمال باليدوية مثلا.

وقد نجد في بعض الأحوال أن «الممارسة» لا يشعر بكنه يحتاج الى فكرة جديدة لتبديل «حاجاته» الحالية الا اذا علم بوجود بدائل يمكن له استخدامها وأن تلك البدائل قد تحقق له استفادة أكبر. وهنا يأتي دور وسائل الاعلام حيث توفر له المعلومات اللازمة عن البدائل والأفكار المستحدثة سواء بواسطة «الكاتالوجات» أو البرامج الريفية بالاذاعة والتلفزيون. وكما أوضحنا فإن «الممارسة» وهو القروي يستمر في إعادة ترتيب حاجاته استنادا الى نتائج بحوث الاتصال عن التنمية الريفية والتي يتعرض لها عن طريق وسائل الاعلام - وهذا ما يؤدي بنا الى القول بأن عملية تقييم «الحاجات»، وإعادة ترتيبها، هي عملية مستمرة عبر الزمان.

وهم إعادة التتوية هنا بأن النظام الذى نوصى بتطبيقه «لليحوث والاستفادة من نتائجها» يبين أن القائمين بعملية «الرابط» - وهم فى الوسط بين الباحثين وبين الممارسين يقومون بترجمة «حاجات» الممارسين وتوصيلها الى الباحثين باللغة التى يفهمها وبالاصلطحات العملية التى درسوها (وفقا لما تم الاشارة اليه فيما تقدم).

ويمكن أن نجمل أهمية القائم بعملية «الرابط» فيما يلى:

(أ) أنه يستطيع أن يقيم «حاجة» الممارسين^(١).

(ب) أنه يمكنه أن يعمل مثل «حارس البوابة».

(ج) يمكن أن نشبه «الرابط» بالجسر الذى يمر فوق نهر من الأنهار بما يؤدى الى «الرابط» بين «الباحثين» و «الممارسين» فكل منهما متواجد على أحد ضفتى النهر).

ومن المتفق عليه أن الباحثين هم عادة اشخاص فنيين ومتخصصين وذوى خبرة فى التنمية الريفية، ولكن طالما أن «الممارس» ليس متخصصا فيها، كما وأنه لا يتمتع بتلك الخبرة فإن اللغة التى يتكلم بها والاصطلاحات التى يستخدمها ومصطلحاته التى يفهمها قد لا تتفق مع ما يفهمه «الباحث» أى أن كل منهما، فى الغالب، قد لا يفهم كل ما لدى الآخر. وانضرب لذلك مثلا: المهندس التنفيذى فى شركة المقاولات حاصل على الدرجة الجامعية، أو على درجة أعلى منها، وهو فى أثناء التنفيذ قد لا يستطيع توصيل بعض المعلومات عن بناء حائط خرسانى الى عامل البناء وفى ذلك فقد نشأت وظيفة بينهما هى وظيفة مساعد المهندس الذى يقوم بها فنى متخصص ولكنه قد لا يحمل الدرجة الجامعية وإنما مازال فى الجامعة أو حصل على دبلوم ثانوية صناعية أو ما شابه. هذا الشخص يستطيع أن يتلقى المعلومات من كل من الطرفين ويوصلها للآخر. ويمكن مجازا، تشبيه «الباحث» فى عملية البحث فى

(1) Wilbur Schramm Mass Communication, Urbana University of Illinois Press 1960 pp. 175 - 177.

- سمير محمد حسين، بحوث الاعلام: الاسس والمبادئ، الطبعة الاولى، القاهرة: دار الشعب، ١٩٧٦، ص ٢٤.

نظامنا هنا» بالمهندس، ونشبه «الرابط» «في العملية الثانية» بمساعد المهندس وأن كان الرابط على دراية اكبر كما يمكن أيضا تشبيهه القروي «في عملية التطبيق» بعامل البناء.

ومن هذا المعنى يتكلم «رادل» حيث يرى أن الشخص الذي يتواجد بين «الباحث» وبين الشخص الذي يتولى «التطبيق» لا يقوم بأى من العملين ولكنه يفهم كلا منهما (١).

ومن الشكل رقم ٨ نفترض مثلا «حاجات» «الممارس» (أ) قد وضعها «الرابط» (ب) في رسالة «الباحث» (ج) بعد أن يكون (ب) قد قام بتحليلها وترجمتها وصياغتها الى اللغة التي يفهمها (ج). وعلى هذا فإن العمل الذي سيقوم به (ج) سيرتكز أساسا على «حاجات» «الممارس» (أ) و«حاجات» «الممارس» هي التي تؤدي الى «البحث». وقد يتسائل البعض هنا ما هو الوضع اذا لم توجد أمامنا «حاجة» «الممارس» بمعنى انه قد تظهر لدينا مشكلة ما - ولم تظهر حاجة - وأردنا أن نبحث فيها، من أين نبدأ «البحث» طالما لا توجد تلك «الحاجة»؟ فمثلا لدينا مشكلة عن التسمية الريفية تتلخص في انخفاض الانتاج الزراعي وأردنا أن نبحث في تلك المشكلة باستخدام النظام الذي نوصي به هنا فكيف نبدأ ومن أى عملية طالما أن المتغير الرئيسي للعملية الأولى غير ظاهر؟ أو ظاهرة بغير وضوح

لقد أجبنا على هذا السؤال فيما تقدم، ونكرر بأن «الحاجة» أم الاختراع، ففي مشكلة عامة أو هامة نستلزم البحث فيها لابد وأن تتضمن «حاجة» أو «حاجات». ففي مشكلة انخفاض الانتاج الزراعي هناك «حاجة» الى تعديل الأساليب الحالية في الزراعة «حاجة» الى تعليم المزارع الأساليب الحديثة كما أن الفلاح نفسه لديه أيضا «حاجة» الى زيادة هذا الانتاج وتحسين مستواه المعيشي، كما أن محاولة

(1) David Radel "Communication Research and Communicating Research: The Population Field Encounters Old Problems and Attempts New Solutions". Paper Presented at the Conference on Major Issues in World Communication, Honolulu: East-West Center, 1972.

الارتفاع بمستوى المعيشة يمثل حاجة. كما ان الحاجة مسألة نسبية ويمكن أن تمثل رغبات عدة للشخص حاجات مختلفة . وفى مشكلة محور الأمية نجد أن الأمية فى حاجة الى أن يتعلم... وهكذا.

نعود مرة أخرى الى المناقشة حول نظام «البحوث» الذى نوصى به. ونوضح بأنه اذا توفرت الباحثين المطومات المطلوبة عن حاجات «الممارسين» فانهم يقومون بنقلها بعد ترجمتها وتطيلها فى صورة أفكار مستحدثة (أما اشباعا لحاجات «الممارسين» التى عبروا عنها أو حاجات كامنة لم يعبروا عنها وإنما تعرف عليها «الرابط» بحكم عمله واتصاله بالممارسين وضمونها رسالته للباحث) الى الرابط. فإذا لم تكن المعلومات التى نقلها الرابط وضمونها رسالته الى الباحث كافية أو غير واضحة أى اذا لم يستطيع «الباحث» فهم ما يريده «الممارس» فإن الأمر حينئذ يستلزم مزيدا من البحث والدراسة.

وكما أوضحنا فإن «الرابط» يقوم بدور هام وحيوى فى عمليات «نظام البحوث» الذى نوصى به وفى مراحله الست، وبدونه قد لا تتم تلك العمليات. ذلك أن «الباحث» ينقل «الرابط» رسالته وهى عادة فنية للغاية وتتضمن بيانات كثيرة متعددة ومتشعبة ومن ثم فهو أن لم يستطيع تلخيصها وتبسيطها ثم ترجمتها الى اللغة التى يمكن «الممارس» أن يفهمها فإن هذا الأخير سيصبح فى موقف لا يحسد عليه. ويضيف «برايس» إلى ذلك أن الشخص الذى يستخدم البيانات سيكون شخص متخفم^(١). هذا وإذا لم تتوفر للمارس البيانات بالدرجة والنوعية والكمية التى يستطيع استيعابها فإنه اما أن يطبق الرسالة خطأ أو لا يطبقها على الإطلاق. والواقع فإن هذه المشكلة لا تتعلق فقط بعدم تبسيط واختصار البيانات أو حتى بعدم توافرها وإنما تتعلق ايضا وبصفة أساسية، بمدى «استيعاب» الممارس لها. وإمل الصورة

(1) Derek De Sola Price Little Science, Big Science; New York: Columbia University Press, 1963 pp. 69 - 70.

- Phillip Davison, James Boylan and Frederick Yu Mass Media : Systems and Effects, New York, Praeger Publishers, Inc. 1976 Chap.

تتضح أكثر اذا تصورنا في المثال الذي أوردناه حالا عن المهندس ومساعد المهندس وعامل البناء أن الأول قد طلب من الثالث مباشرة، دون المرور على مساعد المهندس أن يحسب له حسابا علميا مثلا قيمة الطوب الأحمر المطلوبة لبناء الحائط الخرساني وكذا كميات الرمل والأسمنت والزلط والحديد .

ونتقلنا هذه المناقشة الى نقطة (هامة) وهي كيفية تجنب اعطاء «الممارس» معلومات تفيض عن امكانياته وقدرته على الفهم.

كيفية تجنب تضخيم وتعقيد ومعلومات «الممارس» :

١ - لابد من تنقية وتبسيط رسائل «الباحث» للمارس عن طريق «الرابط» وأن تكون المعلومات التي تصل «الممارس» من الرابط هي انطب وابطط المطومات التي يمكن أن يتفهمها بسهولة مع استبعاد المطومات الفنية المعدة (مثل ميكاننيكية تشغيل الآلة الزراعية) .

٢ - تصميم مضمون رسالة «الرابط» المرسله الى «الممارس» بحيث تصبغ مفهومه تماما له «الممارس». ويمكن في هذا أن نشبه تلك الرسالة بالكتيبات الصغيرة التي توضح فكرة مستحدته وكيفية تطبيقها ميدانيا كالمطومات الفنية التي توضح نوع الآلة من آلات التصوير والشركة المنتجة لها وكيفية تشغيلها .

٣ - حذف التفصيلات غير الضرورية في رسالة «الباحث» الى «الرابط» والتي على أساسها يعد هذا رسالته «الممارس» حتى يكون ما يصل اليه «الممارس» هو أقل قدر من تلك المطومات ^(١) «أي ماقل وقل» فيكفي في المثال السابق القول بأن تشغيل الآلة التصوير بالضغط على مفتاح رقم كذا.... وأن وضع الفيلم فيها يتطلب استخدام جزء رقم كذا.. دون باقي التفصيلات التي لا داعي منها مثل كيفية إعادة تركيب قطع غيار لها أو كيفية التي تتلقى بهال العسة الضوء ثم ترسله للفيلم... الخ.

هذا ويهم أن نوضح بأن المرحلة الرابعة في الشكل رقم ٨ قد تشمل عددا من الخطوات اللازمة حتى تنقل «الفكرة للمستحدته» بمعرفة «الرابط» من الباحث الى

(1) See John Platt and James Miller "Handling Information Overload" Eklitics. No. 28, 1969 pp. 295 - 296.

الممارس وحتى يتبناها (أو يرفضها). ذلك أن الظروف التي وضع على أساسها الباحث فكرته المستحدثة قد تختلف عن الظروف التي سيتولى فيها «الممارس» تطبيقها. ومن ثم فإنه يقع على عاتق «الرابط» مسئولية أخرى تختص بمساعدة «الممارس» على التأقلم على تنفيذ الفكرة المستحدثة (إذا هو تبناها). وأبسط مثال لذلك هو استخدام الفلاح آلة الزراعة لأول مرة في الزراعة أو استخدام الكيميائي أو المبيد الحشري لأول مرة أيضا فإنه يحتاج إلى من يرشده لهذا الاستخدام. وهذا الإرشاد جزء هام من الظروف البيئية المحيطة بالممارس والتي يجب أن يأخذها الباحث بعين الاعتبار ويبين الشكل رقم ٨ أيضا وجود «رجع صدى» من «الممارس» (القروي) إلى «الباحث» والذي يمر على «الرابط» لتوضيحه وترجمته إلى ما يستطيع «الباحث» فهمه. ويتم ذلك من خلال المرحلتين ٦، ٥ وقد أوضحنا أن رجوع الصدى قد يكون إيجابيا بتبنى القروي للميكة الزراعية مثلا أو سلبيا (إذا رفضها).

مقومات أساسية يجب أخذها في الاعتبار في النظام:

١- أن عمليات النظام الذي نقتصره لبحوث الاتصال عن التنمية الريفية في مصر تبدأ بمعرفة الاحتياجات العامة الأساسية واحتياجات «الممارس».

٢- لا بد من وجود «الرابط» حيث أنه وكما بينا محور هام يدور حوله النظام وبهم أن نوضح هنا بأننا لا نتفق مع البعض الذين يرون أن «البحث» الجيد هو سلامة ممتازة يسهل بيعها إذ أنه إذا لم يؤخذ في البحث «حاجة» المجتمع القروي المستهدف الذي سيقوم بتطبيق نتائج البحث فالتنا نكون كمن يعطي الجائع ماء يدا من الطعام أو العكس.

٣- يحسن ألا يمرض على «الممارس» إلا المعلومات المبسطة والضرورية اللازمة لكي يطبق نتائج البحث دون «اتهامه» بالمعلومات المعقدة أو الكثيرة التي لا تجدى في تطبيقه البحث خاصة وأنه من المفترض فيه أن إمكانيات العلمية والفنية محدودة.

اساسيات فى تطبيق نظام للبحوث

نمعرض فيما يلى بعض الاساسيات التى تبين اهمية وجود نظام البحوث
الاتصال من التنمية الريفية فى مصر فى المستقبل:

١ - ضرورة الاستفادة من نظام بحوث الاتصال والاستفادة من نتائجها :

ذلك أن نظام بحوث الاتصال والاستفادة من نتائجها الذى أشرنا اليه، يمكن
أن يوفر المزايا التالية:

(أ) استخدام الطرق الحديثة فى معرفة الحاجات الاساسية للممارسين بما
يمكن أن يلقى الي تطبيقهم لنتائج البحوث تطبيقا سليما مع الاستمالة بخبرات
علماء العلوم الاجتماعية فى تحديد تلك الحاجات وترتيب أولوياتها .

(ب) لا بد من اقتناع المستويين عن رسم سياسات الاتصال من أجل التنمية
الريفية واضعى خططه، بأهمية الدور الذى يلعبه الرابط فى عمليات النظام الذى -
اقترحاه ومن أن وجوده - تحليل وتفسير وتجميع وتبسيط البيانات وغيرها من
الأمال التى قد تختلف فيما بين أعمال بسيطة وأعمال معقدة - فيما بين «الباحث»
والممارس شرط أساسى لا مكان لجراء بحوث الاتصال على أساس علمى سليم من
ناحية، ولا مكان للاستفادة من نتائجها من ناحية أخرى. ومن ثم فالتنا نوصى
بضرورة أن يراعى فى بحوث الاتصال فى مجالات تنظيم الأسرة والصحة الزراعية
والتنمية الريفية بصفة عامة وجود الفئات الرئيسية الثلاث المذكورة ، من القائمين
بالبحث وبالتطبيق، «الباحث» الرابط «الممارس» وأهمية الربط بين أعمال هذه
الفئات الثلاث، مع ضرورة اختيار «الرابط» بحيث يتمتع بدراسة علمية واسعة وخبرة
عملية فى حدود مؤهلاته بما يقويه علميا من الباحث كما يجب أن يكون، لديه فى
نفس الوقت، القدرة على تبسيط معلوماته الى المستوى الذى يفهمه «الممارس».

(ج) لا بد أن يتوافر نظام سليم للمعلومات من ناحية تجميعها وتخزينها -
وتحليلها وتبسيطها وتفسيرها ثم توزيعها سواء على «الباحث» أو على «الممارس» (كل

حسب متطلباته وامكانياته) كما يجب أن يتسم هذا النظام بالشمول بما يمكن من تسهيل أعمال المسئولين من وضع استراتيجيات الاتصال.

٢ - اشباع «حاجات» القرويين واشراكهم في البرامج:

يجب أن تؤدي بحوث الاتصال الى اشباع «حاجات» القرويين والحاجات العامة الاساسية المطلوبة هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فإنه لا بد من اشراك القرويين في اختيار تلك الحاجات وهو ما يتم على أساسه اعداد خطط بحوث الاتصال وبرامج استخدام نتائجها. كما أنه لا بد أن يقتنع هؤلاء القرويين بأن لهم دور ايجابي فعال في التغلب على مشكلاتهم القائمة وبأنه يجب عليهم القيام بهذا الدور^(١).

٣ - وضع سياسة وخطه قومية لبحوث الاتصال:

لا بد أن تسعى كافة الجهات المسئولة عن التنمية الى وضع سياسة قومية عامة، وخطط لتنفيذ تلك السياسة من بحوث الاتصال من التنمية الريفية في مصر، ويبحث تخذ في اعتبارها الاستفادة الكاملة من الامكانيات المتاحة والخبرات القائمة بما يؤدي الى الاسراع بمجلة التنمية وبالتغيير الاجتماعي. كما يجب أن تتجنب الخطط الموضوعية تكرار موضوعات وأهداف تلك البحوث وأن تتجنب أيضاً الاسراف في استخدام الامكانيات المتاحة، مع ضرورة الاستئانة بالخبرات النادرة والكفاءات الفنية العالية.

٤ - الاستفادة من الابحاث كمرشد للسياسات:

وهنا فإنه يجب مراعاة الآتي:

(١) لا بد أن يتم تصعيد نتائج بحوث الاتصال عن التنمية الريفية الى المستويات التي تضع السياسات القومية لبحوث الاتصال مع ضرورة استيفاء كافة

(1) See Geban Rachty "The Role of Modern Communication Technology in Rural Development" unpublished research for the M.I.T./ Cairo University research project. 1978 p. 5.

- See Nas Cimento "Using Communication to Support Development: The Guyanan Experience" in I.L.C., Issues in Communication No. 1, London I.L.C, 1977 P. 18.

البيانات التي تتطلبها المستويات القومية العليا عن نتائج البحوث وتوفيرها بما يمكن من أن تصبح تلك النتائج ذات فائدة وقيمة على أعلى وجميع المستويات كما يجب أن تتخلص عملية تعميم نتائج البحوث من ضغط العمل اليومي إذ لا بد أن يعهد بها إلى مستوإين متخصصين في البحث والدراسة بعيدا عن العملية التنفيذية.

(ب) يجب أن يتحمل الباحثون في المؤسسات الاعلامية المختلفة (وفي كافة الجهات التي لها اختصاص في عملية التنمية الريفية في مصر سواء رسمية أو غير رسمية) ببعضهم البعض وأن تظل هذه الصلة قائمة بصفة دائمة مع تبادل الأفكار وتبادل ترجمة وتفسير البحوث التي أجريت في كل موقع .

(ج) لا بد من اعداد نظام يتم بمقتضاه نشر كافة المعلومات عن بحوث الاتصال من التنمية بصفة عامة وعن التنمية الريفية بصفة خاصة، سواء من ناحية الموضوع أو المنهج أو الهدف أو النتائج... وفي جميع انحاء الجمهورية بحيث يستطيع كل من له صلة بعملية التنمية - هيئة أو فرد- أن يطلع عليها وأن يتدارسها. كما يمكن هنا، أيضا الاستعانة ببيانات البحوث التي قام بها الباحثون الأجانب والتي أجريت من التنمية الريفية في مصر.

(د) لا بد أن تتضمن بحوث الاتصال المناقشات الموضوعية التي يمكن أن تتطلبها حاجة البحث ويقوم بها الباحث، سواء أكانت تلك المناقشات في مصنع أو في القرية، أو أي مكان مع أي مسئول أو أي فرد له رأى علمي من الجمهور. وبهذا فانا يمكن أن نوفر خلفية شاملة لبيانات - البحوث.

• تعاون وتفاعل جميع الاجهزة المعنية

لا يجوز أن يقف الأمر على مجرد وجود صلة فيما بين الباحثين بعضهم البعض في المؤسسات الاعلامية إذ لا بد أن تشترك كافة الوزارات واجهزتها المختصة في الاستفادة من خبراتها وفي تبادل تلك الخبرات فيما بينها وإيجاد تعاون مشترك بناء بينها جميعا. فمثلا تستطيع وزارة الزراعة المساهمة مع وزارة

العمل في ايجاد خطة عمل مشتركة لتشغيل الفئتين في بحوث الاتصال والتنمية الريفية التي تجريها المؤسسة الاعلامية (التلفزيون مثلا) وبالتالي يمكن لكل جهة من تلك الجهات الثلاث أن تقدم للأخرى خبراتها وتمد لها يد العون والمساعدة عن طريق امكانياتها المتاحة سواء اكان ذلك من ناحية الفئتين أو المواد الفنية (مطبوعات وخلافه..). أو الآلات المستحدثة.. ومن ثم يمكن رسم سياسات طويلة الأجل لبحوث الاتصال عن التنمية الريفية في مصر بما يمكن معه من أن تصل الى اهدافنا في التنمية مثل زيادة الرقعة المزروعة وزيادة الانتاج الزراعي رأسيا وأفقيا وتحسينه وزيادة التعليم وهو الامية وتنظيم الأسرة.. وذلك بالطبع باستخدام وسائل الاعلام، وهو ما يؤدي الى رفع مستوى معيشة القروي.

هذا وقد اثبتت التجارب الاخيرة أن استخدام وسائل الاعلام بكفاءة في برامج نشر وتطبيق الأفكار المستحدثة - كتنظيم الأسرة، واستخدام وسائل جديدة في الري واستخدام وسائل حديثة في العلاج واستخدام المخصبات في الزراعة بما يؤدي الى نجاح تلك الزراعة - من شأنه أن يؤدي الى نجاح تلك البرامج وتحقيقها لاهدافها^(١)، وذلك فقط اذا تم تخطيطها وتخطيطا مشتركا مع برامج التنمية التي تضعها الجهات الأخرى مثل وزارة الصحة والجهات التابعة لها ووزارة التعليم والجهات التابعة لها.

وبالتقاس على هذا نجد انه اذا أعدت رسالة كل وسيلة اعلامية صحف واذاعة وتلفزيون، ومينما ومسرح عن التنمية الريفية منفصلة، أي اذا لم تشترك المؤسسات الاعلامية المختلفة مع بعضها في وضع خطط موحدة لرسائلها الاعلامية فان ذلك من شأنه أن يؤدي لحيانا، الى تضارب وتعارض أهداف تلك الرسائل، والى

(1) M. Benaissa "The Media and Food Production" Inter Media, March 1975, pp. 5 - 6.

- سمير محمد حسني، مرجع سابق، ص ٢٢.

ايجاد التشويش والاختلال فيها من ناحية أخرى مما قد يترتب عليه عدم الثقة فيها ومن ثم عدم امكانية تصديق المتعرض لها. وقد أثبتت التجارب أن التخطيط المشترك من أجل التنمية، هنا، هو أكثر فاعلية وأكثر تأثيراً، من مجرد وضع خطط وبرامج منفصلة وغير مشتركة.

٦ - الاستفادة من «درجج الصدى»:

يجب أن تركز الدراسات الميدانية لبحوث الاتصال من التنمية الريفية على وجه الخصوص على أكثر قدر ممكن من «درجج صدى الجمهور المستهدف سواء أكان إيجابياً أو سلبياً ومع ضرورة اختيار جامعى البيانات على أساس علمى سليم حتى يستطعموا أن يؤدوا واجباته على أكمل وجه وبأمانة وحياد مما ينعكس أثره على نتائج البحوث بما يؤدى الى ثقة الجمهور المستهدف.

ومن ثم فأننا نجد أن بحوث الاتصال لا تساعد فقط فى عملية التنمية وإنما تؤدى أيضاً الى تقوية برامج التنمية وزيادة فاعليتها عن طريق تقييم «درجج الصدى» والاستفادة منه فى تحقيق الأهداف المرجوة^(١) على النحو الذى أشرنا اليه فيما تقدم.

٧ - استخدام الوسائل الفنية:

يجب أن تعتمد بحوث الاتصال عن التنمية الريفية فى مصر فى دراستها على استخدام الوسائل الفنية مثل استخدام طرق المراقبة والتجربة حتى نختبر مدى تقابل القروى مع وسائل الاعلام.

(1) Edwin Parker and Aly Mohammadi "National Development Support Communication", in Majid Tehranian et al (eds) op cit. p. 188.

٨ - استخدام وسائل الاتصال التقليدية والمتطورة:

يجب أن تعطى البحوث قبرا كبيرا من الأهمية الي وسائل الاتصال التقليدية، والتي تم تطويرها، في الدراسات الميدانية عن التنمية الريفية في مصر. فممازالت بعض القرى تستخدم بين المجموعات الصغيرة من الأفراد مكبرات الصوت، والتي تطورت الى ما يسمى بالرائير الاسلكى (ووكى توكى) . وهى التى يستعملها فى معظم الأحوال الصحفيون عندما يتصلون بمقستهم الصحفية ورجال الشرطة والامن. ذلك أن وسائل الاتصال هذه لها امكانيات قوية فى الاتصال الاقناعى اذا قد يترتب عليها كثيرا وجود حالة من الاتصال وجهها لوجه. وهو الذى يترتب عليه «رجع صدئ» فوري. ومن ثم فانه يجب أن تلخذ البحوث فى الدراسات التى تقوم بها توافر تلك الوسائل وأثرها فى تبني الأفكار المستحدثة خاصة وأن بعض وسائل الاتصال الجماهيرية قد لا تساعدنا على ذلك فى بعض الأحيان.

٩ - ضرورة تغير اتجاهات البحوث واهتماماتها:

يجب اقتناع المتخصصون بأهمية بحوث الاتصال عن التنمية الريفية فى مصر وضرورة تغيير أهداف واتجاهات تلك الأبحاث وطبقا للأولويات. ذلك أن نظرية التنمية ذاتها قد تغيرت فقد كانت هذه النظرية ترى أن هناك اتجاه واحد للوصول الى التنمية، من الحكومة الى الجمهور، ويسمى التغيير المخطط وفيه يظهر الجمهور على أنه جمهور سلبي على الرغم من أنه قد يمتلك مقومات هامة مادية وفكرية يمكن للمخططين الاستفادة منها. وأذلك فقد تغيرت تلك النظرية بعد ما تبينت تلك المقومات المعنئ بالتنمية وعلمائها، وبعد ما زادت امكانيات الانسان المادية والفكرية فى كافة دول العالم، وتبين أنه يستطيع المشاركة فى عملية التنمية^(١). وهى مشاركة فعالة فى

(1) - UNESCO "Interim Report on Communication Problems in Modern Society", Paris: International Commission for the Study of Communication Problems, September 1978, p. 58.

- Ithiel De Sola Pool "Communication Needs for Rural Development" unpublished proposal for the M.I.T. / Cairo University research project, April 1978.

معظم الأحوال). ومن ثم فإنه يجب على القائمين على بحوث الاتصال من أجل التنمية الريفية في مصر مراعاة هذا التغيير خاصة وأن القروى المصرى أصبح الآن يملك الأرض التى يزرعها والثروة الحيوانية التى يقوم بتربيتها وتحصنت حالته المادية وأصبح متقنًا على العالم الخارجى... كما يجب أن تركز تلك البحوث فى دراساتها على دور القروى فى التنمية الريفية وعلى أهمية هذا الدور.

الباب الثاني

الدراسة الميدانية

تقديم

يتناول هذا الجزء عرضاً شاملاً للمواقع التي أجرينا فيه دراستنا الميدانية وهو قرية قها بمحافظة القليوبية. ففي الفصل الثامن نعرض موقع القرية ومميزاته، وسكانها وخصائصهم وفتاتهم، والأنشطة الاقتصادية والزراعية والصناعية والتجارية السائدة فيه، والوحدات السكنية والتجمعات الصناعية، والعادات والتقاليد والملابس، والخدمات التعليمية والصحية والاجتماعية والثقافية، والنشاط الديني والإداري بالقرية، وكذا مدى توافر وسائل الإعلام بها. كما نعرض المنهج الذي استخدمناه في عملية سحب عينة البحث، ونشرح المنطق الذي دعانا إلى اختيار أسلوبنا في جمع البيانات وتجهيزها وتحليلها، ونوضح الإجراءات الميدانية التي قمنا بها والبرنامج الزمني للعمل الميداني وتكريب الخن كلفناهم بجمع البيانات. كما نعرض كيفية تناولنا لسحيفة الاستبيان التي استخدمناها والمحكات التي اختبرنا بها ثباتها وصحتها، وفي خاتمة هذا الفصل نعرض بعض الخصائص الديموجرافية لعينة البحث.

كما يعرض هذا الباب بيانات البحث الميداني الذي أجريناه في قرية قها ويتناولها بالدراسة والتحليل والتقييم بفرض التحقق من دور وسائل الإعلام في عملية التنمية.

ففي الفصل التاسع نحلل السلوك الإعلامي لأفراد عينة البحث، والدور الذي قد تلعبه وسائل الإعلام في حياتهم. حيث نعرض البرامج الإعلامية التي يتعرضون لها والتي يفضلونها وأسباب هذه الأفضليات. وفي الحقيقة فإنتا نعتبر هذا الفصل بمثابة العمود الفقري للبحث كله.

وحيث أننا أشرنا من قبل إلى إمكانية وجود دور لوسائل الإعلام في خدمة التنمية الاجتماعية تسهم من خلاله في المجالات الثلاثة الرئيسية - الإعلام، واتخاذ القرارات بشأن الأفكار المستحدثة، والتعليم - الضرورية لعملية التنمية القومية، فإننا في الفصل العاشر نحلل الوظيفة الأولى لوسائل الإعلام، كرادار اجتماعي،

فى خدمة التنمية الاجتماعية. ونحاول تقييم دور وسائل الإعلام فى توسيع افاق الفرد وذلك على جميع المستويات من المستوى المحلى إلى المستوى القومى، وفى تركيز الانتباه على قضايا محددة للتنمية، وفى زيادة طموح الفرد تجاه نفسه وتجاه أولاده.

وفى الفصل الحادى عشر نحاول تقييم دور وسائل الإعلام فى تغيير الاتجاهات الراسخة وتبنى الابتكارات والأفكار الجديدة كلحد متطلبات التنمية القومية. وهى الوظيفة الثانية لوسائل الإعلام فى خدمة التنمية الاجتماعية. وقد اخترنا حملة تنظيم الأسرة ميداناً لتقييم هذه الوظيفة.

والفصل الثانى عشر يتناول بالتحليل فاعلية وسائل الإعلام فى عملية التعليم، وهى الوظيفة الثالثة لها (لوسائل الإعلام) فى خدمة التنمية. وقد أخذنا حملة محو الأمية نموذجاً لتطبيق هذه الوظيفة.

هذا وقد راعينا أن ينتهى كل فصل من الفصول الأربعة السابقة بعرض وتحليل النتائج التى أصفرتها عنها الدراسة الميدانية.

الفصل الثامن

معلومات عن قها والمنهج

بعد أن استقر رأينا على الجانب النظرى للدراسة بهذا الكتاب، بدأنا التفكير فى الجانب الميدانى الذى رأينا أن يكون فى إحدى القرى المصرية. وكان لابد أن تتميز القرية بقربها من القاهرة حتى يسهل الوصول إليها. وحرصنا على أن تغطى تلك القرية بقدر من الخدمات والأنشطة الاقتصادية الزراعية والصناعية والتجارية والثقافية وتتميز بوجود المؤسسات الجديدة التى أنشأتها الحكومة، حتى يمكن أن تتبين مدى التغيير الاجتماعى الذى حدث. ومن الضرورى أن تضم تلك القرية بين سكانها الفلاحين والعاملين والموظفين وغيرهم من الحرفيين والمهنيين، وبالإضافة إلى ذلك فإننا رغبنا أن تمثل إلى حد كبير القرية المصرية بصفة عامة من ناحية تركيبتها السكانية وخصائص أهلها وعاداتهم وتقاليدهم وظروف حياتهم، وأن تتوفر فيها وسائل الإعلام كالصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما.

الملاحظة الذاتية :

وقد وقع اختيارنا المبدئى على قرية قها ميداناً لبحثنا لتوفر هذه العناصر التى أشرنا إليها، ولأنها تتميز عن كثير من القرى الأخرى ذات الطابع الزراعى البحت. ذلك أنها تستخدم التكنولوجيا الحديثة فى كثير من مجالاتها مما يمكن أن نسميها مدينة زراعية.

وحتى نختبر مدى مواصلة نشاط القرية مع دراستنا قمنا ببعض الزيارات الأولية استغرقت أسبوعاً زرينا فيه التجمعات السكنية والمصانع والمدارس والمساح الحكومية والأسواق وأماكن الحرفيين حيث تحققنا من أن قها قرية نموذجاً لدراسيتنا.

مصادر المعلومات :

بعد ذلك استقر اختيارنا لقرية قها بدأنا بتجميع المعلومات عنها ، وكانت مصادرنا في ذلك: بيانات الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء، ولجنة الاتحاد الاشتراكي، والجمعية الزراعية وبيت الثقافة التابع للثقافة الجماهيرية. ونقطة الشرطة، والمستأون عن المصانع والشركات والمصالح الحكومية، بالإضافة إلى عدد ممن يعبرون من قادة الرأي ونوى النفوذ والقوة بالقرية.

وتجمعت لدينا حصيلة كافية من المعلومات عن الموقع الجغرافى لقها وعن سكانها وبنائها الإدارى وبنائها الاقتصادى والاجتماعى والثقافى والسياسى. وكذلك معلومات عن وسائل الإعلام كالراديو والتلفزيون والصحافة والسينما بها، ثم راجعنا هذه المعلومات على البيانات التى حصلنا عليها من المصادر التى أشرنا إليها من قبل.

التعرف على قرية قها

تعرض هنا إلى الموقع الجغرافى للقرية وعدد سكانها ومساحتها ونسبة الأمية بها وعاداتها وتقاليدها والنشاط الزراعى بها . (وجميع المعلومات والبيانات فيما بعد هى عن فترة الدراسة وأيست حالية) .

للموقع الجغرافى:

تقع قرية قها فى منتصف المسافة بين القاهرة وبينها، أى تبعد عن القاهرة حوالى ٢٥ كيلو متراً ويحدها من الشمال قرى الصسانية والفؤادية وترسة وقرقشونة ومن الجنوب قرية سنديون ومدينة بنها ومن الشرق قرى سنهرة وخفة سنهرة ونامول وطنان ومن الغرب قرية سنديول والبراعة. وتتميز قها بسهولة الوصول إليها لأنها على خط السكك الحديدية بين القاهرة والوجه البحرى، وعلى الطريق الزراعى السريع بين القاهرة والإسكندرية. ويقف القطار بمحطة قها، فى الاتجاهين ١٢ مرة كل ٢٤ ساعة. كما يوجد بقها طريق لنقل البضائع بالسكة الحديد وتخزين القطارات. ويتوقف عندها أتوبيس كل ١٥ دقيقة وتمر بها سيارات الأجرة بصفة منتظمة ليلاً ونهاراً.

السكان :

بلغ عدد سكان قها طبقاً لتعداد ١٩٤٧ - ٦١٠٧ نسمة زادوا في حوالي ٢٩ عاماً إلى ١٤٣٧٣ نسمة (طبقاً لتعداد سنة ١٩٧٦) أى بما يقل ٢٣.٥٪. وقد كان عدد الإناث أكبر قليلاً من عدد الرجال ثم انعكس الوضع لابتداء من عام ١٩٦٠ حتى أصبح عدد الذكور يزيد على عدد الإناث في عام ١٩٧٦ بمقدار ١١٪ مما قد يدل على أن معدل مواليد الذكور أكبر من الإناث. ويوضح الجدول التالي هذه البيانات^(١).

السنة / النوع	١٩٤٧	٦٠	٦٦	١٩٧٦
ذكور	٣٠٦٠	٤٦٩٦	٥٤١١	٧٥٦٣
إناث	٣٠٩٧	٤٤٩٠	٤١٦٩	٦٨١٠
إجمالي	٦١٠٧	٩١٨٦	١٠٥٨٠	١٤٣٧٣

وتبلغ المساحة السكنية للقرية ٣٦٥ فدان تقريباً، تضم بالإضافة إلى مباني الإدارات الحكومية، تسعمائة منزل مكون من شقتين فلكثر، وحوالي أربعمائة منزل من منازل الفلاحين التقليدية الصغيرة.

هذا ولم نلاحظ خلال المدة التي قضيناها في الدراسة بالقرية وجود عادات أو تقاليد مميزة عن القرى الأخرى ولكنها تتشابه مع معظم القرى المصرية في الاهتمام الزائد بالاحتفال بالمناسبات الدينية، مثل المولد النبوي الشريف، ومولد أولياء الله الصالحين ممن توجد أضرحتهم بالقرية تتضمن هذه الاحتفالات تلاوة القرآن الكريم، وإقامة حلقات الذكر، والإرشاد الديني، كما تروج تجارة الطوى في هذه الفترات. وما

(١) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء النتائج النهائية لتعداد السكان بالبيوت في أعوام

١٩٤٧، ١٩٦٠، ١٩٦٦، ١٩٧٦.

زال الطابع الريفي متقلباً على أهالي قها إذ يختلط الترحيب الزائد ومظاهر الكرم بالحرر التقليدي من الغرباء.

والأسر الريفية التي تعمل بالزراعة لا تهتم بالوقت على عكس أسر العمال لارتباط عملهم بوزنيات ومواعيد محددة.

أما عن الملابس، فيرتدى الفلاحون وبعض النساء الملابس المعتادة في الريف، ويرتدى الموظفون والعمال وبعض النساء الأخريات ملابس أهل الحضر

والجليد بالذكر أن قرية قها من أقدم القرى التي دخلتها الكهرباء وأقيم بها مصنع للأغذية المحفوظة. كما أنها تتمتع بمستوى خدمات معقول نسبياً فيما يتعلق بالمياه والمجاري والمرافق الصحية والطرق.

الخدمات والأنشطة

نعرض فيما يلي بعض الخدمات والأنشطة التي تقوم بها الولاية من خلال مؤسساتها الخدمية.

الخدمات التعليمية :

تبين من الإحصائيات عن التعليم أن حوالي ٥٠٪ من سكان قها يمكنهم القراءة والكتابة ومتعلمون: ٣٧.٤٪ يقرأ ويكتب، وحوالي ١٠.٩٪ حاصلون على مؤهلات أقل من عليا، والباقي حاصلون على مؤهلات عليا. أما النصف الآخر من السكان فإنهم أميون. ويتضح تلك البيانات من الجدول التالي:

رقم	أسمى %	يقرأ ويكتب %	مؤهلات أقل من عليها %	مؤهلات عليها %	الجملة %
نكر	١٩٦٢ ٤ ٣٣	٢٨٩٢ ٣ ٤٩	٨٨٥ ١٥.١	١٣٧ ٢ ٢	٥٨٦٦ ١٠٠
أنثى	٣٥٩٧ ٧ ٦٩	١٢٤٠ ٢٤	٣١٤ ٦.١	١٣ ٠.٢	٥١٦٤ ١٠٠
الجملة	٥٥٥٩ ٤ ٥٠	٤١٣٢ ٣٧.٤	١١٩٩ ١٠.٩	١٤٠ ١.٣	١١٠٣٠ ١٠٠

هذا ويوجد فى قها مدارس ابتدائية تضم ثمانية وسبعين فصلا بها ٣٢٥٨ تلميذا وتلميذة ويرجع إنشاء أول مدرسة فى قها إلى سنة ١٩٠٠. ومنذ ذلك الحين أنشئت بها مدارس أخرى، هى مدرسة قها فى سنة ١٩٥٣ ومدرسة الوحدة المجمعة فى سنة ١٩٥٦ ومدرسة قها الجديدة فى سنة ١٩٧١. علاوة على ذلك فإن فى قها مدرسة إعدادية تضم ٧٦٥ تلميذا وتلميذة، كما يوجد فى المدرسة الإعدادية أيضاً عدداً من الفصول الثانوية التى أنشئت بالجهود الذاتية فى سنة ١٩٧٢ تضم ٢٠٢ تلميذ وتلميذة.

الخدمات الصحية:

يوجد داخل نطاق قرية قها مستشفى ملحقة بالوحدة الصحية التى أنشئت ١٩٥٤ وتضم المستشفى ٢٠ سرير وغرفتين للعمليات الجراحية البسيطة. وبها عيادة أسنان. كما أن هناك ثلاث عيادات طبية خاصة وصيدلية مفتوحة حتى الساعة العاشرة مساءً.

الخدمات البيطرية:

أنشئت الوحدة البيطرية سنة ١٩٥٦ ضمن مشروع رعاية الحيوان، وهي تقوم بعدة خدمات من أهمها مقاومة حمى البنج ومعالجة المقم وتحسين الحيوانات ضد الأمراض المختلفة. ولا توجد بالوحدة غرفة لإجراء الجراحة على الحيوانات ولكنها تتم في العراء.

الخدمات الاجتماعية :

يوجد قرية قها وحدة للشئون الاجتماعية، ملحقة بالوحدة المجمع، تقدم كثيراً من الخدمات الاجتماعية للمنطقة، وقد أنشئت هذه الوحدة في سنة ١٩٥٤. ويوجد بها دار للحضانة تضم ٢٩ طفلاً، ومركز لتنظيم الأسرة، ومركز للتدريب المهني، وهناك أيضاً مشروع للأسر المنتجة وتقدم الوحدة مساعدات مالية لأسر المقاتلين كما تقوم بصرف المعاشات الشهرية وتوزيع الأقمشة ومواد التموين.

الخدمات الثقافية :

أنشأت الثقافة الجماهيرية في سنة ١٩٧٠ بيتاً للثقافة في القرية، يقدم كل أنشطة الثقافة الجماهيرية مثل العروض المسرحية والسينمائية والنوادر والمحاضرات ومعارض الفنون التشكيلية وفصول محو الأمية إلى جانب المكتبة. كما أن هناك دار للعرض السينمائي ١٦ مم يديرها بيت الثقافة وعلاوة على ذلك فإن قوافل الثقافة تمر بقها مر كل شهر وتقدم بعضاً من الخدمات الثقافية المذكورة.

الخدمات الزراعية:

يوجد في قرية قها عدة وحدات تقدم الخدمات الزراعية وهي الجمعية التعاونية الزراعية لقها شرق التي أنشئت في سنة ١٩٥٢، والجمعية التعاونية الزراعية لقها غرب والتي أنشئت في تلك السنة أيضاً. وشونة بنك التسليف وقد أنشئت منذ فترة طويلة ووحدة مكافحة الآفات الزراعية، ومنحل مقام في الوحدة المجمع وجمعية الائتمان التي افتتحت عام ١٩٥٤ وجمعية الإصلاح التي افتتحت

عام ١٩٦٦. كما تعمل في مجالات المبيدات المشرية والمخصبات ومحسنات التربة
شركتان للأبحاث هما شركة سيبا وباير.

الخدمات التموينية :

توجد في قرية قها عدداً من الخدمات التموينية منها نقطة لبيع المواشى
ومجمع إستهلاكى أفتتح عام ١٩٧٠ ويخدم ثمان قرى.

خدمات المرافق والأمن:

وتتضمن هذه الخدمات للجالات التالية:

الاسكان : تم إنشاء عمارتين للإسكان المتوسط غرب القرية بهما أربعين
شقة تم إسكانها، وجارى الانتهاء من بناء عمارة سكنية ثالثة. وقد قام مجلس القرية
بمعمل مشروع لتقسيم الأراضى وبيعها بأسعار زهيدة مما كان له أكبر الأثر فى
تنشيط عمليات البناء والتشييد.

الكهرباء والماء : وفى القرية محطة كهرباء (قها) أنشئت فى سنة ١٩٣٤
وكانت هذه المحطة تمد التيار الكهربائى إلى مدن طوخ وشبين القناطر والقناطر
الخيرية قبل حصولها على التيار الكهربائى من شبكة الضغط العالى. وهذه المحطة
تعمل فى حالة انقطاع التيار الوارد من المحولات. كما يوجد بقرية قها محطة
محولات تعتمد التيار الكهربائى من شبكة الضغط العالى لكهرباء السد العالى
وتوصله إلى شبكة القرية. كذلك يوجد بالقرية محطة مياه الشرب النقية. ويبلغ عدد
المشاركين فى الكهرباء حوالى ٢٤٠٠ مشترك. كما أن حوالى ٩٠٪ من المنازل موصل
بها مياه.

الأمن : لا يوجد بالقرية نظام العمومية، وإنما بها نقطة شرطة منذ سنة
١٩٣٤. كما أنشئ مكتب للم سجل المدنى فى سنة ١٩٧٢. ويرأس النقطة ضابط بمرتبة
رائد.

رعاية الشباب : وفي القرية نادي للشباب أنشئ عام ١٩٥٩، وقد بلغت حجم العضوية فيه في عام ١٩٧٨ (٤٧٨) عضو. وتمارس فيه معظم الألعاب الشعبية المصرية. وقد فاز النادي ببطولة الاتحاد العام للأندية الريفية لخمس سنوات.

النشاط الديني :

يوجد بالقرية ست مساجد، منها مسجدان حكوميان وأربع مساجد بالجهود الذاتية. وفي عام ١٩٦٨ أنشئت جمعية لتحقيق القرآن الكريم. كما توجد بالقرية كنيسة الشهيد مارجرس، وهي كنيسة أثرية كبيرة.

النشاط الاقتصادي في القرية

تضم قرية قها عدداً من الأنشطة الاقتصادية الصناعية والزراعية والتجارية بمضما تقوم به الدولة وبعضها يقوم به الأهالي وذلك على النحو التالي:

النشاط الصناعي :

الصناعات الغذائية : وتقوم بها شركة قها للصناعات الغذائية وهي تضم مصانع قها وأبو كبير والتحرير والطابية. كما تضم مصانع تعليب البلح في القرين ورشيد والبرشين.

وقد أنشئ مصنع قها في سنة ١٩٤٠ على أرض مساحتها فدانين برأسمال قدره ثلاثمائة ألف جنيه، وصل حالياً إلى أكثر من مليونين ونصف مليون جنيه. وبلغ عدد العمال المستديمين. بالمصنع حتى عام ١٩٧٦ حوالي ٥٢٠ منهم ٢٨٠ عاملاً، ١٤٠ عاملة. ويقوم المصنع بتشغيل عدداً من العمال الموسمييين يتراوح بين مائة ومائتين أو أكثر حسب حاجة العمل.

ويقدم للمصنع للعمال الخدمات التالية:

١ - نظام العلاج الطبي من خلال قسم الرعاية الصحية الذي يضم أطباء معينين بالشركة. إلى جانب عدداً من الاخصائيين في مختلف الفروع (متقاعدین مع

الشركة). والخدمة الطبية تكلف الشركة أكثر من ٢٠٠٠ جنيه شهرياً وتقدم للعاملين مجاناً.

٢- يوجد بالمنصع نادى رياضى، واجنة نقابية، واجنة رياضية يقوم المنصع من خلالها بتنظيم رحلات للعمال إلى المصايف نظير اشتراكات رمزية.

٣ - قام المنصع بتنظيم دورات لحو الأمية للعاملين ابتداء من سنة ١٩٦٧ وهى لازالت مستمرة حتى الآن.

ومن الجدير بالذكر أن الشركة تبنى مصنعا جديداً غرب قها على مساحة قدرها عشرون فدانا من المنتظر أن يستخدم حوالى ألف عامل.

الصناعات الكيماوية الحربية وللخدمة: وتقوم بها شركة قها للصناعات الحربية. وقد بدأ العمل فى هذا المنصع فى عام ١٩٥٨ حيث كان جزءا من مصنع (٢٧) الحريى بشبرا، ثم استقل وأصبح شركة قائمة بذاتها. وهى مقامة على أرض مساحتها حوالى ثلاثين فدانا تضم وحدات سكنية تقطنها أكثر من ٤٣ أسرة، ونادى للعاملين، وجمعية استهلاكية ونادى للأطفال أنشئت الثقافة الجماهيرية، والمرافق مستكملة فى هذه الوحدات السكنية. ويزيد عدد العاملين بالمنصع على ١٢٠٠ منهم ٤٠٠ عاملة. وعدد ساعات العمل الأسبوعية ٤٥ ساعة موزعة على خمس أيام، ويوما الخميس والجمعة أجازة أسبوعية وفى حالة الضرورة تعمل ودييات إضافية ويستمر العمل عادة يوم الخميس بلجور إضافية.

ويقدم للمنصع للعمال الخدمات التالية:

١ - المواصلات المجانية بقوييسات الشركة من المنصع إلى تجمعات السكن نهائيا وإيابا.

٢ - وجبة غذاء يومية مجانية تكلف الشركة أكثر من ١٢٠ مليما للفرد تقريبا.

٣ - $\frac{1}{4}$ كيلو لبن يومى تصرف مجلنا لكل عامل ببعض فروع المنصع لواتايتهم من الأمراض التى قد تنشأ كنتيجة نوعية العمل فى هذه الفروع.

٤ - العلاج الطبى المجانى.

٥ - مصاريف ورحلات باشتراكات رمزية للعمال وأسرههم.

٦ - فصل نحو الامية.

انتاج اللواجن : يوجد بالقرية ثلاث محطات لتربية الدواجن وإنتاج البيض، المحطة الاولى هى محطة دواجن رقم ١ قها وأقيمت فى سنة ١٩٥٦ وتضم أكثر من ٢٠٠ عامل وموظف أما المحطة الثانية فهى محطة دواجن ٢ قها وأقيمت فى سنة ١٩٧٢، وتضم ما يزيد على ٢٠٠ عامل وموظف. والمحطة الثالثة هى محطة دواجن ٣ قها وأقيمت فى سنة ١٩٧٢ أيضا وتضم كذلك أكثر من ٢٠٠ عامل وموظف.

والمحطات الثلاث تemon أهالى قرية قها ومحافظة القليوبية بالبيض والدجاج والامهات.

صناعة للريكو : تنتشر صناعة التريكو فى قها إذ يوجد بها حوالى ١٥٠ مصنع تضم ما يربو على ٢٢٠ ماكينة يعمل عليها أكثر من ٥٠٠ عامل وعاملة، وتصدر قها نسبة كبيرة من إنتاجها إلى البلاد الأخرى.

النشاط الزراعي :

تبلغ مساحة الأرض المزروعة فى قها حوالى ٢٠٩٥ فدان. وهى مقسمة إلى حيازات، معظمها صغيرة، يمتلكها حوالى ١٠٤٠ فرد. وتوضح البيانات الإحصائية عن قها أن حوالى ٦٢٪ من مجموع الملاك حائزون على أقل من فدان بما هو مجموعة ٥٨٨ فدان، وأن حوالى ٢٦٪ حائزون على فدان أو أقل من ثلاث أفدنة ويبلغ ما يمتلكونه ٨٦٠ فدان، وأن حوالى ٣٪ حائزون بين ثلاثة وخمسة أفدنة ويبلغ ما يمتلكونه ١٢٩، وأن ٤٪ حائزون لأكثر من خمسة أفدنة ويبلغ ما يمتلكونه ٩٨ فدان.

هذا ويعمل فى الزراعة - إلى جانب ملاك الأرض - الأجراء الزراعيون ويوصل عديمهم إلى حوالى ١٠٠ أجير زراعى وأكثر أحيانا. وتستخدم فى الزراعة أدوات ميكانيكية مثل المحراث واللات الرش. ويعتبر القمح والقطن والخضروات

الشتوية أهم المحاصيل الزراعية حيث تبلغ المساحات المزروعة من كل منها ٦٨٥، ٥٧٠، ٢٨٠ فدان على التوالي.

النشاط التجاري:

واوجود النشاط الصناعي بالتنوع وبالأحجام المشار إليها أثر كبير في اتساع النشاط التجاري في قها، حيث تمارس فيها مختلف الحرف والمهن التجارية مثل أعمال البقالة وتجارة الحبوب والجزارة، فضلا عن وجود نشاط ملحوظ للحرفيين كالعاملين في السباكة والتجارة، وتفصيل الثياب وغيرها من الحرف. مع ملاحظة قلة عدد المطاعم في قها. هذا ويخدم النشاط التجاري في قها عشر سيارات نقل كبيرة، ١٢ سيارة أجرة يمتلكها الأهالي.

البناء السياسي

الجلس المحلي:

يوجد في قها مجلس محلي يخدم قها وحدها، ويشكل المجلس من ١٦ عضو جميعهم من المتعلمين ومن المشتغلين في مجالات متعددة كالهندسة والتجارة والزراعة.

لجنة الحزب الوطني:

تعتبر لجنة الحزب الوطني النيمقرالى هي اللجنة الحزبية الوحيدة في قها إذ لا توجد أى لجان حزبية أخرى، مما يمكن أن نستنتج معه أن الميول السياسية لأهل قها ميول واحدة وأن تقييدهم السيد رئيس الجمهورية ورئيس الحزب والحزب الحاكم تقييد مطلق.

وسائل الاتصال

وسائل الاعلام

الصحف :

يود يوميا إلى قها ٢٠٠ نسخة من جريدة الأخبار، ١٠٠ نسخة من جريدة الأهرام، ٥٠ نسخة من جريدة الجمهورية وعددا من المجلات السياسية والاجتماعية

والبنيتية والرياضية الأسبوعية والشهرية. وتتولى سيدة عملية بيع الصحف، ويبلغ متوسط نسبة الوزيع حوالى ١٠٠٪ أخبار، ٧٠٪ أهرام، ٥٠٪ جمهورية.

الراديو :

يمكن القول أن معظم الأسر فى قها - إن لم يكن جميعها - تمتلك أجهزة راديو، ويميل سكان قها، أحيانا، إلى الاستماع الجماعى للراديو، وأوسائل الاتصال الأخرى فى المقامى وفى أماكن التسلية.

وقد تبين من الملاحظة وما أفاد به الإخباريون وغيرهم، أن معظم سكان قها يستمعون إلى الراديو بدرجات متفاوتة.

التلفزيون :

نظراً لارتفاع تكلفة اقتناء التلفزيون - نتيجة لارتفاع ثمنه وزيادة استهلاكه للكهرباء - بالإضافة إلى وجود نسبة عالية من الأفراد من ذوى الدخل المحدود، فإنه يلاحظ الانخفاض النسبى للكية التلفزيون بالمقارنة للكية الراديو، وهو ما أفادنى به الإخباريون أيضاً. غير أن هذه الخاصية لا تؤثر كثيراً على مدى تعرض سكان قها للتلفزيون. فهم يشاهدونه بين أصنافهم وجيرانهم وفى المقامى. ويتعرضون له بدرجات متفاوتة تبعا لعوامل مختلفة.

السينما :

أنشأ القطاع الخاص أول دار للسينما فى قها فى عام ١٩٥٢ ثم أنشئت الدولة - عن طريق مؤسسة السينما - دارا فى عام ١٩٦٢ استمرت فى العمل إلى وقتنا الحالى وتشرف عليها الثقافة الجماهيرية. وتتسع الدار لأكثر من ٢٠٠ شخص ويتردد عليها يوميا حوالى ٧٠ شخص معظمهم من أهالى قها. ويقضل الأهالى مشاهدة أفلام المغامرات والأفلام الإجتماعية.

وسائل اتصال أخرى

الميكروفون:

يستخدم الميكروفون، عادة، بواسطة المؤسسات الخدمية الموجودة في قها، مثل المساجد والمدارس، وذلك لإبلاغ الأهالى بالأخبار الهامة مثل مواعيد توزيع الكيماوى والطف أو المواد التموينية.

وهذه الميكروفونات مصنوعة من عدة سنوات بأسلوب قديم وليست ميكروفونات حديثة الصنع.

أجهزة التسجيل:

تبين من بعض الدراسات التى أجريت على قها أن هناك أكثر من ٢٠٠٠ شخص يمتلكون أجهزة تسجيل. ومعظم هؤلاء من نوى النخلة المرتفع.

أدوات اتصال فكرية:

يوجد في قها ١٩ منشئ وشاعر على ريادة منهم ٦ من أهل قها والباقى من خارجها. وعادة فإن هؤلاء المنشئون والشعراء يشتركون في إحياء الموالد والأفراح.

الأدوات السلكية واللاسلكية

تعتبر هذه الوسائل أدوات اتصال مباشر لها رجع صدى، أو لها رجع موجه ولكنه لا يترتب على استخدامها أن يتم اتصال وجهها لوجه نظرا لأنها تفترض الطريق بين المرسل والمستقبل.

أدوات اتصال ذات رجع صدى:

التليفون : يوجد في قها مكتب رئيسى واحد للتليفون وهو مكتب حكومى، وقد تم توصيل خطوط فرعية من هذا التليفون إلى المؤسسات الخدمية الحكومية وإلى الأهالى (٣٢ خط ٥٦ خط على التوالى). وهذه التليفونات تعمل بنظام التحويل الفرعية (السويتش). معنى ذلك أن أى اتصال من التليفونات الفرعية إلى داخل قها،

أو إلى خارجها، لايد أن يتم أولا من التليفون الرئيسي ومنه إلى التليفون المطلوب، وهو ما يقلل بالطبع من سرعة الاتصال ويضعف من فاعلية هذه الوسيلة.

أدوات اتصال لها رد مؤجل نسبيا:

التلغراف: يعمل التلغراف في قها مع التليفون بنظام مشترك واحد ومن خلال نفس مكتب التليفون الحكومى. ومعنى ذلك أنه إذا تعطل التليفون تعطل معه التلغراف.

مكتب البريد: يوجد في قها مكتب واحد للبريد يعمل منذ حوالى ٤٠ سنة. ويقوم المكتب ببيع الطوايع والبرقيات وتصدير الخطابات العادية والمسجلة والطرود واستلامها وتوزيعها. كما يوجد في قها ٤ صناديق للبريد.

هذا ومن المعلوم أنه من ناحية سرعة رجع الصدى فإن التليفون يأتى في المرتبة الأولى يليه التلغراف ثم البريد.

وسائل الانتقال المادى

تمر بقها مختلف وسائل الانتقال المادى المتعارف عليها مثل القطارات والسيارات، العامة والخاصة والأجرة، والعراجات البخارية والعادية والعربات التى تجرها دواب (الكارو) ودواب الركوب، كما أن معظم تلك الوسائل تستخدم داخل قها.

هذا ويمتلك بعض الأهالى في قها السيارات الخاصة وأدراجات البخارية والعادية ويستخدمونها في قضاء أعمالهم ومصالحهم. كما أن معظم الأهالى يمتلكون دواب الركوب ونسبة منهم تمتلك إلى جانب دواب الركوب عربات «الكارو» لنقل البضائع والعلف وخلافه.

تحويل قرية قها إلى مدينة

نظراً لازدياد عدد السكان في قرية قها، وتوفر معظم المرافق والخدمات بها، ولوجود المصانع ذات التجمعات العمالية الكبيرة والإنتاج الضخم (نسبياً)، فإنه لم تعد إمكانيات المجلس القروى قادرة على مواجهة الخدمات والأنشطة المتزايدة في

قها مما رؤى معه أن يتم تغيير تنظيمها الإدارى من قرية إلى مدينة وصدر لذلك القرار الجمهورى رقم ١٩٥ لسنة ١٩٧٥. (ملحق رقم ١ وملحق رقم ٢).

ويتضح من كل ما تقدم مدى ما تتميز به قها عن غيرها من القرى، فى النشاط الاقتصادى متمثلاً فى الزراعة والصناعة وهو ما أدى إلى ازدهار نسبي للنشاط التجارى، بما يضمه من منتجات وأماكن للحرفيين. كما تميزت قها بما تقدمه لمواطنيها، من فلاحين وعمال تضمهم التجمعات الصناعية، من خدمات، تعليمية وصحية واجتماعية، ومن نشاط ثقافى تقدمه الثقافة الجماهيرية من عروض مسرحية وسينمائية وندوات ومحاضرات. كما تميزت قها أيضاً بأن تعدادها السكانى كبير، نسبياً، مما حدا بالحكومة، ضمن أسباب أخرى، إلى أن تحول تنظيمها الإدارى من قرية إلى مدينة.

ومن كل ما سبق ونظراً لتوفر وسائل الإعلام (إلى درجة معينة) لسكان قرية قها، يمكن القول أن هذه القرية هى خير نموذج يمكن أن نجري فيه بحثاً ميدانى ذلك أنها تعتبر مدينة زراعية تتسم بسماوات كثيرة من سمات المدن الكبيرة.

منهج الدراسة الميدانية

أصبحت كلمة الميثودولوجيا (علم المنهج)، منذ أوائل الخمسينات، مفتاح لفة العلوم الاجتماعية^(١). ويعرف كابلان Kaplan الميثودولوجيا بأنها دراسة المناهج ووصفها واستكشافها وتبويبها ولكنها ليست هي المناهج نفسها^(٢). وذلك يعنى أن الميثودولوجيا تهدف إلى وصف وتحليل المناهج والإشارة إلى حدودها وإلقاء الضوء على إمكانياتها.

ويرى هولت و Turner أن ميثودولوجيا أى علم تتخمن وجهتين القواعد التى يستخدمها فى التفسيرات، والمعايير التى يستخدمها فى الشرح المقبول^(٣)، وبناء على هذين المكونين، يمكن أن نستخدم بعض الجوانب مثل تصميمات البحوث وأساليب جمع البيانات وتجهيزها.

ولا يختلف هذان التعريفان، للميثودولوجيا كثيراً، إذ إن أحدهما يركز على جانبى الوصف والشرح للمنهج، ويصور الآخر وسيلة وصفه وشرحه. ويتفق هذا التفسير وأغراض دراستنا فى هذا الكتاب.

وستعرض فى هذا الفصل إلى وصف المنهج الذى استخدمناه فى عملية سحب عينة الدراسة الميدانية، كما سنصف بعض الخصائص الديموجرافية الهامة للسكان الذين إختربنا منهم العينة. أما شرح للنطق الذى دعانا إلى اختيار أسلوب جمع البيانات، وهو أسلوب المقابلة الشخصية (الاستجواب)، فسوف نذكره عندما نتعرض إلى البرنامج الزمنى للمقابلات وتدريب جامعى البيانات والإجراءات

(1) Robert Holt and John Turner, *The Methodology of Comparative Research*, New York: The Free Press, 1970.

(2) Abraham Kaplan, *The Conduct of Inquiry : Methodology for Behavioral Sciences*, San Francisco, California: Chandler Publishing Co., 1964.

(3) Holt and Turner, 1970, op. cit., Ch. 1pp. 1-20.

الميدانية. ثم يتبع ذلك عرض سريع للتصميم الأولى لمصحفة الاستبيان التي تصور المجموعات المختلفة للأسئلة وتشرح دلالة كل مجموعة .

عملية سحب العينة

طالما كان غرض دراسة عينة ما هو الوصول إلى بيانات معينة يمكن اتخاذها كأساس للوصول إلى استنتاجات عامة، فإن القرار الخاص بحجم العينة وإطاراتها يجب أن يتخذه الباحث طبقاً للفرض الذي حدده لدراسته. ذلك أنه توجد مناهج كثيرة لسحب العينة، كما توجد أنواع عديدة من العينات ^(١).

وقد استخدمنا العينة العشوائية في دراستنا هنا، وذلك بالرغم من أن استخدام هذه الطريقة لا يؤدي بالضرورة إلى أن يكون لجميع الناس فرص متساوية لكي يدخلوا ضمن العينة. فالعينة العشوائية يمكن أن تعني أن كل عضو في المجتمع له فرصة متساوية للآخر لأن يكون ضمن العينة أو أن يكون مظلوماً ما هي فرصة العضو ليكون ضمن العينة ^(٢).

ومع ذلك، وبالرغم من العنر في إجراءات سحب العينة العشوائية إلا أنه مع ذلك فمن الصعب ضمان عشوائيتها. وكما يقول كيرلنجر Kerlinger كيف نتأكد من أن العينة العشوائية ممثلة للمجتمع؟ إن الإجابة دائماً إننا لا نستطيع أن نتأكد من ذلك أبداً ^(٣).

(1) - A.N. Oppenheim, *Questionnaire Design and Attitude Measurement*, New York: Basic Books, Inc. 1966.

- Kaplan, 1964 op. cit.,

- Morris James Slonin, *Sampling*, New York, Simon Schuster, 1960.

(2) - Julian L. Simon, *Basic Research Methods in Social Science, The Art of Empirical Investigation*, New York, Random House, 1969, pp. 251-260.

- Slonin, 1960 op. cit., VIII, K pp. 49 - 57.

(3) Fred N. Kerlinger, *Foundation of Behavioral Research*, Holt, Rinehart and Winston, 1964, p. 531.

واقـد كان أول ما نـسـال، عـن العـيـنة، هـو: مـن الـذي نـسـتـجـويـه وكيـف نـسـحـب عـيـنـتـنا العـشـوائـية.

هـذا وقـد لـاحـظـنا أن قـريـتـنا، الـتي نـجـرى فـيـها المـسـح، عـلى عـكـس بـعض قـرى أـخرى، فـى أن لـها خـريـطـة رـسـمـية خـاصـة بـها وحـدها. وـمع نـلـكـه، وكمـا أـشـرنا، كان مـن الـضـرـورى أن نـزـورها وأن نـخـتـبـر مـواقـع مـجـمـوعـات المـسـاكـن والأحـياء السـكـنـية فـيـها.

هـذا وقـد جـمـعنا بـيـانـات هـذه الـدراسـة فـى بـحـث أجـرى خـلال شـتاء عـام ١٩٧٤. واعـتمدنا فـى المـسـح عـلى البـيـانـات الرـسـمـية للـقـرية فـى عـام ١٩٧٤، وعلـى المـعـايـنة عـلى الطـبـيعة لمـنـطـقة الـدراسـة كمـا اعـتمدنا أـيـضاً عـلى الإحصـاءات الرـسـمـية لـسـنة ١٩٦٦. وتـضمـنت هـذه البـيـانـات عـدد الـوحدـات السـكـنـية بالـقـرية وعـدد السـكـان وإجـمـالى عـدد الأسـر. وأوـضـحت أن عـدد النـكـور يـبلـغ ٤١١ هـ نسـمة وعـدد الإناث يـبلـغ ١٦٩ هـ نسـمة وإجـمـالى عـدد السـكـان ٥٨٠ هـ نسـمة، وأن عـدد الـوحدـات السـكـنـية بـلـغ ١٩١ وحدة تـضم عـدد ٢٢٢٩ أسـرة^(١). هـذا وعلـيقاً للإحصـاءات الأخرى (١٩٧٦) فإن هـذه الأعدـاد هـى ٧٥٦٣، ٦٨١٠، ١٤٣٧٣ نسـمة عـلى التـوالى.

والـوحـدة السـكـنـية قـد تـكون مـنـزلاً أو شـقـة أو مـجمـوعـة مـن المـجـرات أو حـجـرة وـاحـدة، وكمـات أـخرى فإن الـوحـدة السـكـنـية هـى أى مـنـطـقة لـسـكن لـها مـدخـل خـاص وأمـكانـيات لـطـهى مـتـفـصـلة عـن غـيـرها.

هـذا وقـد رأينا أن نـعـتـبـر الـوحدـات السـكـنـية - كـأسـر - هـى عـيـنة الـدراسـة. أى أنـنا لم نـلـخـذ الفـرد - بذاتـه - وإنـما أخـذنا الأمـرة فـى الـوحـدة السـكـنـية نـفسـها، وذلـك لـعـد مـن الـأسـباب مـنـها عـامل التـكـلفـة فـى الـدراسـة المـيدانـية. فـهـدفنا مـن جـمـع البـيـانـات هـو أن تـكون مـثـلـة لـاتـجـاهـات مـجـتـمـع قـرية قـها كـله. فـإذا أـرسلنا جامـعـى البـيـانـات إلـى أفـراد السـكـان المـنتـشـرين عـلى طـول مـجـتـمـع القـرية - أى إذا أخـذنا الأفراد وإيس

(١) الجـهـاز المـركـزى للـتـبـئة العـامة والإحصـاء المـصدـر السـابـق، ١٩٧٤، ص ١١٦.

الوحدات السكنية كأساس - فإن تكلفة ذلك البحث تكون أعلى من التكلفة في حالتنا هذه. ولذلك كانت رغبتنا أن نجمع البيانات عن أفراد العينة بطريقة أخرى وقد كان ذلك عن طريق استخدامنا لبيانات الوحدات السكنية كأساس.

واعتبار للوحدات السكنية (الأمر) بديلا عن الأفراد كأساس في اختيارنا للعينة لا يجعل البيانات إلى حصلنا عليها مشوبة بعبء التحيز. فطالما أننا نحصل على البيانات من شخص واحد فقط من كل أسرة، وأن للشخص الذي نستجوبه فرصة معروفة في الدخول ضمن العينة، فإن النتائج التي نحصل عليها من بياناتنا تعد كما لو أننا حصلنا عليها نتيجة استجواب كل أفراد المجتمع محل البحث^(١). وهذه الوحدة السكنية ليست هي الغاية بل أنها استخدمت كوسيلة لتحديد مواقع أفراد العينة.

وقبل أن نبدأ في اتخاذ إجراءات عملية سحب عينة البحث، فإنه من الطبيعي أن نقوم باستشارة مجموعة من المصادر ذات العلاقة مع السكان وعلى دراية بخصائصهم وعاداتهم. وهذه المسألة كانت صعبة في حالة دراستنا بقرية قها، وذلك بسبب ما حدث في السنوات الأخيرة. فبعد أن أجرى التعداد الأخير عام ١٩٦٠ في قرية قها، ثم عادوا إليها عندما بدأت الصناعة فيها مما جعل أمر تصنيف نوعيات هؤلاء السكان صعبا للغاية. وكان السبب الآخر عدم كفاية المعلومات عن بيانات الوحدات السكنية نتيجة هذا التفسير الذي حدث فيها. ولذلك كان علينا أن نعتمد في حصولنا على بعض المعلومات المطلوبة من أمانة الحكم المحلي في القاهرة ومن محافظة القليوبية ومن السجل المدني والمجلس المحلي والجمعية الزراعية وبيت الثقافة في قها ومن كشوف الناخبين في وزارة الداخلية. هذا ويمكن القول أن في قرية قها قطاعان رئيسيان، القطاع الريفي وبه تتجمع البيوت، وهي مبنية من الطين، في مجموعات، والقطاع الحضري وبه بيوت مكونة من شقق وأيضا الوحدات السكنية التي شيدتها مصانع قها لعمالها والمجانين المعتادة التي يسكنها موظفو الحكومة.

(1) Charles Backstrom, Gerald Hursh, Survey Research, New York: Northwestern University Press, 1971, p. 35.

وعلى هذا الأساس اختيرت عينة الدراسة، وهي عينة عشوائية كما ذكرنا، من أرياب الأسر التي يبلغ عددها ٢٢٢٩ أسرة. وقد اخترنا في البداية أسرة من كل ثمان أسر. وبالتالي فإن العينة العشوائية البسيطة قد تكونت بنسبة ١٢٪ تقريبا من أسر القرية.

ولتبسيط عملية سحب العينة في الميدان، وأسهولة المراجعة اتفقنا على اعتبار الرقم ١٠ بداية لسحب أسر العينة. وبذلك تكون الأسر التي أخذت في العينة هي التي تحمل أرقام ١٠-١٨-٢٦-٣٤-٤٢... وهكذا حتى آخر قائمة إعداد الأسر والتي رجعنا إليها في سجلات حصر المباني والأسر الخاصة بكل منطقة.

وعلى هذا أصبح لدينا عدد ٢٧٨ من أرياب الأسر. وبعد ذلك استبعدنا منهم ٢٩ رب أسرة لأنهم لم يحققوا المقومات الموضوعية للثبات والصنق. وبالتالي فإن عدد أفراد عينة البحث بلغ في النهاية ٢٤٩ شخص بنسبة ١١٪ تقريبا من مجموع أسر القرية، وهي نسبة لا بأس بها في تمثيلها مجموع الأسر.

هذا وقد تبين لنا أن الاتصال بأفراد العينة أثناء وجودهم في العمل مسألة صعبة للغاية ولذلك فقد تمت مقابلتهم بعد انتهاء العمل. وبينما كان يتعذر علينا تماما لقاء أحد أفراد العينة الأساسية، كنا نفتقر الرقم التالي له مباشرة. وحدث ذلك في ثلاث حالات فقط.

الاجراءات الميدانية

لقد اخترنا أسلوب المقابلة الشخصية كوسيلة لجمع البيانات لسببين، أولا لزيادة احتمال حصولنا على معلومات أكثر دقة من نسبة عالية من أفراد العينة، حيث أن المقابلة الشخصية هي الأسلوب الأفضل من غيره في هذا الصدد، وثانيا لأن جامع البيانات يستطيع خلال الاستجواب أن يجمع مادة إضافية علاوة على المادة التي تجري عليها الدراسة، وقد تكون تلك المادة من المدخلات الإضافية لتحليل فيما بعد.

وتقابلنا هنا مشكلة تتعلق بتأثير جامعي البيانات على أفراد العينة وهو تأثير محتمل الوقوع. هذا ويصعب القول في رأينا، بوجود حل مؤكد لتلك المشكلة. على أنه من المفترض فيه أن الدقة في اختيارهم وتدريبهم تقلل من حجم هذه المشكلة إلى الحد المقبول.

وللتجارب الميدانية ميزة وهي أنها تعطي قدرا من التوضيح والفهم العميق للتأثيرات الاجتماعية المعقدة والعمليات والتغيرات في مجتمع الدراسة. كذلك فهي تمكن الباحث من دراسة ديناميكيات الجماعات وتفاعلاتها.

هذا وقد تم اختبار صحة الإجابات التي أدلى بها بعض الذين أجرى عليهم البحث وذلك عن طريق مراقبة الكيفية التي يجيبون بها أثناء المقابلة. هذا ويمكن القول أن إجابات هؤلاء صحيحة ويمكن الاعتماد عليها.

ويعد أن سحبنا العينة وأصننا البرنامج الزمني للمقابلات، وهو كما ذكرنا اختيار المواعيد المناسبة لتواجد أرباب الأمر في بيوتهم، كانت الخطوة التالية هي اختيار وتدريب جامعي البيانات. وقد اخترنا أربعة أفراد من الثقافة الجماهيرية للقيام بهذا العمل وعقدنا لهم فترتين للدراسة الأولية للفكرة، ولعرفة مفاهيم الاستقصاء وأنواع الأسئلة التي ستطرح على أفراد العينة، والهدف المراد الوصول إليه. وقد تم اختيار هؤلاء الأربعة على أساس خبرتهم في القيام بالمقابلة في بحوث مماثلة.

كذلك اخترنا اثنين من المرشدين من أهل القرية ليصلوا كمنسوي اتصال بين أهل القرية وبين جامعي البيانات. والمرشد هو شخص قابل على الحديث مع الناس والعمل معهم وإقناعهم بأهمية البحث ^(١)، كما أنه من المفترض فيه أنه يعرف كل أو معظم مشكلات القرية.

هذا وقد عمل جامعو البيانات تحت إشرافنا مباشرة حيث كنا نحدد لهم الحالات التي يقابلونها في بداية اليوم، ونقوم بعقد اجتماع لهم في نهاية البرنامج الزمني للمقابلات.

(١) وهو من هذه الزاوية قد يعتبر قائد رأي.

واتسهيل عملية المقابلة، زودنا جامعى البيانات ببطاقة تقديم مناسبة تظهر شخصيته ووجهه بالنسبة للذين يجرى عليهم البحث.

وقد تم اختيار بعض العناصر النسائية ضمن جامعى البيانات مراعاة لتقاليد القرية وحتى يمكن استيفاء جانب الاستبيان، فى هيئة البحث، المتعلق بزيارات البيوت.

هذا ومع كل الإجراءات السابقة، فقد واجه جامعو البيانات بعض الصعوبات فى إقناع بعض أفراد العينة المترددين فى استيفاء صحيفة الاستبيان بسبب الخوف التقليدى فى القرية من الحكومة ومن إعطاء بيانات إلى من يعتقدون أنهم تابعون للأجهزة الحكومية. ولكن أمكن اكتساب ثقة هؤلاء سريعا بفضل الجهد الذى بذلناه معهم بمساعدة العاملين ببيت الثقافة والمرشدين بحكم معاشتهم لهما هير القرية ومشاركتهم إياهم الأنشطة الثقافية ومحو الأمية والعروض السينمائية.

وسواء كان من يجرى عليه البحث من الذين يعرفون القراءة والكتابة فاستوفى بنفسه صحيفة الاستبيان، أو قام جامعو البيانات بتسجيل إجابات الأميين من أفراد العينة، فقد كان جامعو البيانات، فى كل الحالات يشرحون لهم الأسئلة ويريدون على استفساراتهم ويعاونونهم فى تسجيل إجاباتهم (دون التأثير عليهم بطبيعة الحال).

هذا وبعد نهائية العمل الميدانى قمنا بإعطاء البيانات المجمعة فى صحف الاستبيان للحاسب الآلى لاتخاذ ما يلزم نحو تبويبها لكى تتمكن من تحليلها واستخلاص النتائج منها فى أسرع وقت ممكن.

صحيفة الاستبيان

عند تصميمنا لصحيفة الاستبيان، أخذنا فى الحسبان اعتبارين، على درجة كبيرة من الأهمية، وهما الدقة، وقلة التكاليف. كما كتبنا صحيفة الاستبيان بلغة على المستوى المألوف للأفراد العينة، واستبعدنا الأسئلة الطويلة والغامضة. وإذا كانت هناك أكثر من إجابة، ببيلة، للسؤال، طلبنا من جامعى البيانات قراءة كل الإجابات البيلة والاحجام عن الإيعاء بأى إجابة. وفى تنظيم تسلسل الأسئلة، حاولنا أن نبدأ

بالمسائل العامة وتنتجج إلى المسائل المحددة وأن يقتصر كل سؤال على فكرة واحدة
لحدث واحد.

وحيث أن البحث قد صمم لجمع المعلومات بشأن وجهة نظر أفراد العينة في
دور وسائل الإعلام، فإننا أحيانا كنا نسأل أكثر من سؤال لتضمن ثبات الإجابات.

و بعد أن انتهينا من إعداد أسئلة صحيفة الاستبيان قمنا باختبارها على
بعض أفراد عينة أرياب الأسر، وقد أسفر ذلك عن تعديل وحذف بعض الأسئلة
وإضافة أسئلة جديدة حتى وصلت الصحيفة إلى الصورة التي تخدم أغراض البحث
والتي نفذت بها فيما بعد. وقد استغرقت هذه العملية أسبوعا قبل موعد البدء
بالمقابلات.

وتضمنت صحيفة الاستبيان عدد (٦١) سؤال مقسمة إلى خمسة أقسام، وعلى
كل قسم عدة مجموعات (أنظر الملحق رقم ١).

وقد أعدت المجموعة الأولى من الأسئلة، عن الخصائص الاجتماعية
والاقتصادية، لكي يعطى الشخص الذي يجري عليه البحث معلومات عن نفسه مثل
خصائصه الشخصية والاجتماعية. وصحت هذه الأسئلة إلى رسم صورة الشخص من
حيث الجنس والسن والدخل والمهنة وملكية جهاز الوسيلة الإعلامية والتطعيم والحالة
الاجتماعية وعدد الأطفال.

وكانت خصائص العينة مطلوبة لمقارنة مدى تمثيل أفرادها لباقي سكان قرية
قها. كما استخدمت البيانات أيضا لمقارنة الإجابات بالطبقات المختلفة من السكان.

والمجموعة الثانية من الأسئلة بحثت في سلوك أفراد العينة تجاه وسائل
الإعلام، الصحافة والراديو والتلفزيون، والأبواب والبرامج التي يسمعونها الأفراد أو
يرونها أو يقرأونها، والأعمدة والبرامج التي يفضلونها، وأفضليات أفراد العينة

وأسبابها. والهدف الرئيسي لهذه الأسئلة هو إظهار عادات أفراد العينة بشأن وسائل الاعلام والنور الذي قد تلعبه فى حياتهم. وفى الحقيقة يمكن اعتبار هذه المجموعة من الأسئلة أساس البحث:

والمجموعة الثالثة من الأسئلة تتعلق بمستوى معلومات أفراد العينة. وقد استخدمت أسئلة المعلومات لاكتشاف ماذا يعرف الناس، وكم يعرفون، وكيف عرفوا حدثا ما سواء كان سياسيا أو اجتماعيا أو اقتصاديا، محليا أو قوميا. ولقد عاونتنا هذه المجموعة من الأسئلة على تقييم عدد من الفروض عن دور وسائل الاعلام فى توسيع أفاق الفرد من المستوى المحلى إلى المستوى القومى، وفى تركيز الانتباه على قضايا محددة للتنمية، وفى زيادة الطموح.

والمجموعة الرابعة من الأسئلة صممت لمعرفة معلومات من أفراد العينة عن تبني الأفكار المستحثة كحد متطلبات التنمية القومية، وكانت الفكرة المستحثة التى اخترناها هى فكرة تنظيم الأسرة. وتصف الأسئلة المراحل المختلفة التى يمر بها الفرد فى عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحثة. وساعدنا هذا الجزء من صحيفة الإستبيان على تقييم دور وسائل الاعلام والاتصال الشفهى فى تغيير الاتجاهات الراسخة وفى تبني الأفكار المستحثة.

وكان المقصود من المجموعة الخامسة من الأسئلة أن تغطى المعلومات عن دور وسائل الاعلام فى حملة محو الأمية. واقتصر هذا الجزء من صحيفة الإستبيان على أفراد العينة الأميين أو الذين يقرأون فقط أو الذين يقرأون ويكتبون ولكنهم مازالوا ملتحقين بفصول محو الأمية. ويركز على تتبعهم، أو عدم تتبعهم، برامج محو الأمية، وعلى الأسباب التى دفعتهم إلى تتبعها، وعلى درجة التعليم التى وصلوا إليها. وهذه المجموعة من الأسئلة تساعدنا فى تحليل مدى فاعلية وسائل الاعلام فى التعليم.

الضوابط المستخدمة لضمان ثبات الاجابات و صدقها

إذا كان السؤال (والجواب) هو الوسيلة الأساسية في جمع البيانات، فمن الضروري أن تتخذ بعض الاحتياطات التي تكفل الاطمئنان إلى أن كل سؤال يقيس فعلاً ما وضع أصلاً لقياسه، وأن إجابات الفرد في العينة تعبر فعلاً عن رأيه.

ولقياس الثبات توجد وسائل متعددة كما أن لقياس الصدق وسائل أخرى. وتتفاوت طرق قياس الثبات بين عدة وسائل منها مثلاً إعادة تطبيق صحيفة الاستبيان بعد فترة زمنية محددة، ووضع عدد من الأسئلة الضابطة بين أسئلة الصحيفة. كذلك فإن إجراءات قياس الصدق تتضمن وضع الأسئلة التي تراقب أو تضبط هذا القياس أو ملاحظة الاتساق الداخلي للإستبيان أو يتم الاعتماد في ذلك على ضوابط خارجية.

ومن الملاحظ أن ثبات الإستبيان قد يلقى كثيراً من الضوء على مدى صدقه، والعكس صحيح، ولكن لا يعنى ذلك أن الثبات والصدق مسميان لمفهوم واحد^(١).

وقد استخدمنا في دراستنا هذه إجراءين رئيسيين لضمان درجة لا بأس بها من الثبات والصدق في إجابات أفراد العينة وهما :

١- ملاحظة التنسيق الداخلي للإستبيان، والتناقض (أو عدم التناقض) بين إجابات أسئلة معينة.

٢ - الاعتماد على المرشدين من أهل القرية كوسيلة ضبط خارجية.

وراعينا العلة في تطبيق هذين الإجراءين، واستبعدنا كل صحيفة إستبيان لا تحظى بموافقة المرشدين والطمئنانهم إلى صدق إجاباتها. كذلك أخذنا في اعتبارنا ما لاحظناه أثناء عملية المقابلة من تردد الفرد أو تحفظه أو صراحته الزائدة أحياناً

(١) محمد عريده، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، دراسة ميدانية في قرية مصرية، دار المعارف بمصر، ١٩٧١ ص ٢٩٤.

وراعينا أن نعمل على أن يطمئن الجميع إلى أن هدفنا هو خدمة مصر أولاً وأخيراً.

هذا وقد احتوت الصحف المستبعدة على إجابات كثيرة متضاربة ومتناقضة يصير عليها الفرد ولا يمكن تصحيحها، وقد بلغت هذه الصحف كما سبق الإشارة ٢٩ صحيفة استبيان من مجموع الصحف الكلية والتي تبلغ ٢٧٨ صحيفة. وبذلك أصبح لدينا ٢٤٩ صحيفة تحقق الشروط الموضوعية لقياس الثبات والصدق. ولقد أقدمنا على هذه الخطوة إيماناً منا بأهمية تربية الإجابات ومدى إمكانية الاعتماد عليها بصرف النظر عن حجمها. وبذلك تكون نسبة صحف الاستبيان المقبولة إلى العدد الكلي الذي اختير للبحث حوالي ٩٠٪ وهي نسبة عالية من الرئود بالمقارنة بمثل هذه الدراسات والأبحاث.

مراحل العمل بالحاسب الآلي

وبعد أن انتهينا من العمل الميداني، أعطينا الإستمارات المستوفاة ٢٤٩ رقماً كودياً، وأعدنا كتيباً به مفاتيح أرقام الكود، وراجعناه وتحققنا منه. وبعد الترميز والتدقيق وإعادة التدقيق والتحرير، تم تثقيب بطاقات NCR. وقد قمنا بأعمال التدقيق بفرض التكد من عدم وجود ازواج في البيانات نتيجة وجود أكثر من إجابة واحدة للسؤال الواحد في البطاقة مثلاً أو أي أخطاء أخرى.

ثم تم تدقيق البطاقات في عدة جداول يمثل كل منها إجابات أفراد العينة على أحد أسئلة الاستبيان، ثم استخدمت الجداول المزدوجة لتدوين الإجابات على الأسئلة حسب الخصائص السكانية للعينة مثل: السن والجنس والتعليم والمهنة والدخل. ثم قمنا بتحويل هذه الجداول لاستنتاج وجود أثر أو علاقة بين بعض الخصائص السكانية ووظائف وسائل الإعلام.

وقد تم إجراء هذه العملية كلها من خلال عدة خطوات على النحو التالي:

١ - تحليل وتصميم النظام System Analysis (نظام الماسب).

٢ - فتح الملف الذى يحتوى على المعلومات بعد إجراء عمليات المراجعة بفرض التقنية واستخدم فى ذلك برنامجى الخلق والمراجعة، GENTABO، BENTAB 1.

٣- إعداد بطاقات التحكم Control Cards فى تشغيل البرامج السابقة للجدول التكرارية Frequency Tables والجدول المزبوجة Cross Tables.

٤- تم تشغيل النظام بالخطوات السابقة على الحاسب الالى NCR Century 200 واستخدمت فى ذلك الوسائط المغنطة Magnetic Media مثل الشرائط والإسطوانات Magnetic Tapes and Discs.

٥- تم اختبار العلاقات باستخدام اختبار كا^٢

وكان البرنامج المستخدم فى هذه العملية GENTAB PACKAGE (١).

هذا وقبل البدء فى الدراسة الميدانية فإنه - يحسن أن نستعرض خصائص أفراد العينة المختارة.

خصائص أفراد العينة

الجنس؛

يبين الجدول رقم (١) عن الجنس أن الغالبية العظمى لأفراد العينة من الرجال فقد بلغت نسبتهم حوالى ٨١٪ بينما بلغت نسبة النساء حوالى ١٩٪ والسبب فى ذلك يرجع أساسا إلى أن هفنا من اختيار أفراد العينة هو أن يكونوا من أرباب الأسر بغض النظر عن جنسهم. وقد كان من أسباب تلهور نسبة من النساء ضمن أفراد

(١) قام بالعمل على الحاسب الالى بالجامعة الأمريكية بالقاهرة كل من: السيدة منى مملون قداح، مخرقة النظم، الانسة سلاوى أمين - مسئولة تناول البيانات، السيدة مرجريت بطرس - المخرقة على قسم إعداد البيانات، السيد محمد عبد الغنى - المخرق على عمليات قسم الحاسب الالى.

العينة كريات أسر إما لأنهن لراامل أو مطلقات لو أن أزواجهن يعملون بالخارج أو على سفر.

السن:

إما فيما يختص بالسن، فبيّن الجدول رقم (٧) أن أقل من نصف العينة ممن تتراوح أعمارهم بين ٢١، ٣٩ سنة، وأن حوالي ربع العينة في مرحلة الأربعينات، وأن الأعمار في الربع الأخير من العينة في الخمسين أو تزيد على ٥٠ سنة.

الجدول رقم (١)

الجنس

الجنس	المعد	النسبة المئوية
ذكور	٢٠١	٪٨٠.٧
إناث	٤٨	٪١٩.٣
الإجمالي	٢٤٩	٪١٠٠

الجدول رقم (٧)

السن

الجنس	المعد	النسبة المئوية
من ٢١ - ٢٩	٥٣	٪٢١.٣
من ٣٠ - ٣٩	٧٢	٪٢٨.٩
من ٤٠ - ٤٩	٦٣	٪٢٥.٣
من ٥٠ - ٥٩	٤٠	٪١٦.١
٦٠ فأكثر	٢١	٪٨.٤
إجمالي	٢٤٩	٪١٠٠

المهن:

ويوضح الجدول رقم (٣) مهن أفراد العينة، حيث يتبين أن أكثر من ٣٩٪ منهم من المزارعين أو الفلاحين، وأن حوالي ٣٥٪ من العمال. أي أن العمال والفلاحين يمثلون ما يزيد على ٧٥٪ من مجموع أفراد العينة. وأن حوالي ربع العينة من موظفي الحكومة والقطاع العام والمهنيين ونوى الأعمال الخاصة وريبات البيوت ورياب الماشيات.

هذا وطالما أن النسبة الكبرى من أفراد العينة تتمثل في الفلاحين والعمال والنسبة الصغرى تتمثل في المهن والأعمال الأخرى، فإنه يمكن القول بأن هذا الوضع يتماشى مع الطبيعة الصناعية الزراعية لقرية قها .

الجدول رقم (٣)

المهن

النسبة المئوية	العدد	المهنة
٦٪	١٥	موظف
٣٥.٤٪	٨٨	عامل
٤.٨٪	١٢	عمل خاص
٣٩.٨	٩٩	فلاح أو مزارع
٦٪	١٥	مهني (طبيب - مدرس - محامى - محاسب)
٦.٨٪	١٧	زوجة (ست بيت)
١.٢٪	٣	لا عمل (ويتضمن أرياب الماشيات)
١٠٠٪	٢٤٩	إجمالي

الحالة التعليمية:

أما الجدول رقم (٤) فيصور الحالة التعليمية لأفراد العينة. ومن الملاحظ أن غالبية العينة (٥٢٪) من الأميين، وهي نسبة تقل، إلى حد ما، عن نسبة الأميين على مستوى الجمهورية: وأن من يعرفون القراءة فقط بلغت نسبتهم ٩٪ وهذه النسبة من الممكن إضافتها إلى نسبة الأميين في مجموعة واحدة. وأن الفئة الأخيرة ونسبتها حوالي (٢٩٪) تمثل المتعلمين وهم من يعرفون القراءة والكتابة والحاصلون على شهادات إتمام الدراسة الابتدائية والإعدادية والثانوية والشهادات الجامعية. والجدير بالذكر أن الحاصلين على شهادة دراسات عليا يسكنون القرية ولم يهاجروا إلى المدينة. وهذا اتجاه محمود إذا تكرر في قرى أخرى فإنه يقلل من الأعباء الملقاة على المدن ويؤدي إلى استفادة القرى من مجهود أبنائها.

الحالة الاقتصادية:

ويبين الجدول رقم (٥) الحالة الاقتصادية لأفراد العينة. وبهنا أن نوضح في هذا المجال أن هذه الخاصية يصعب قياسها لعدة أسباب من أهمها امتناع معظم أفراد العينة، وخاصة الذين يعيشون في مستوى أعلى نسبيا من الآخرين، عن الإفصاح عن دخولهم الشهرية (خوفا من الحكومة أو من الحسد إلى الخ...)

الجدول رقم (٤)

الحالة التعليمية

النسبة المئوية	المعد	الحالة التعليمية (١)
٥٢.٢٪	١٣٠	أمي
٩.٢٪	٢٢	يقرأ فقط (منخفض التعليم)
١٤.٩٪	٣٧	يقرأ ويكتب
٥.٢٪	١٣	إبتدائية
٤.١٪	١٠	إعدادية
٨.٤٪	٢١	ثانوي - ثقافة عامة - دبلوم متوسط
٥.٦٪	١٤	بكالوريوس أو ليسانس أو ما يعادلها
٠.٤٪	١	ماجستير
١٠٠٪	٢٤٩	إجمالي

(١) تبين أن هناك ثلاث زفراء من العينة - يمكنهم القراءة ولهم يكتبون بدرجة شديدة جداً =

هذا ويشير الجدول إلى أن أكثر من نصف العينة ٥٦٪ يقل دخل الأسرة فيها ٢٠ جنيه شهرياً. وأن حوالي ثلث العينة ٣٣٪ يتراوح دخل الأسرة فيه بين ٢٠ وأقل من ٤٠ جنيه شهرياً. أما الجزء الباقي من العينة (١١٪) فيبلغ دخل الأسرة فيه ٤٠ جنيه شهرياً أو يزيد.

ومن الأهمية بمكان أن نوضح أنه رغم النجاح النسبي في الحصول على البيانات المتعلقة بالدخل الشهري، إلا أن مسألة التأكد من صحتها وبقتها هي مسألة تعتبر في حكم المستحيل فإجابات بعض أفراد العينة على هذا السؤال افتقدت الصراحة والصدق نتيجة الخوف أو الحسد أو الضرائب، كما أشار أحد المرشحين. كذلك فقد امتنع ثلاثة عن الإجابة على هذا السؤال.

الجدول رقم (٥)

متوسط الدخل الشهري للأسرة

النسبة المئوية	العدد	الدخل
٥٦.١٪	١٣٨	أقل من ٢٠ جنيه
١٧.٥٪	٤٣	من ٢٠ - ٢٩ جنيه
١٥.٤٪	٣٨	من ٢٠ - ٣٩ جنيه
١١٪	٢٧	٤٠ جنيه فأكثر
١٠٠٪	٢٤٦	إجمالي

= لذلك رأينا إضاعتهم إلى فئة من يقرأ فقط ، كذلك هناك ثلاثة عشر من الذين همزون القراء بما فيهم هؤلاء الثلاثة - يتعرضون للقراءة بصفة مباشرة وأن الباقي يتعرضون بصفة غير مباشرة لأنهم يتسبون منها.

الفصل التاسع

التعرض لوسائل الإعلام

آراء حول دور وسائل الاعلام

تشير البحوث التي أجريت في البلاد النامية إلى الدور الحاسم والمتكامل لوسائل الإعلام في التنمية. إذ أن التعرض لوسائل الإعلام في المجتمعات الريفية يقود الفلاحين على الطريق إلى المعاصرة Modernization

ويعتقد روجرز "Rogers" أن وسائل الإعلام هي الموارد الأساسية للمجتمعات التي تسعى بسرعة إلى التنمية، حيث تصل هذه الوسائل برسائلها إلى معظم الناس بأسرع وأرخص ما يمكن^(١). ويقول ليرنر "Lerner"، أيضاً، إن وسائل الإعلام هي العنصر الضخم الذي يضاعف التنمية. فوسائل الإعلام تعلم الناس هذا النوع من المشاركة، حيث تصف لهم المواقف الجديدة والغريبة وتحسن إطلاعهم على سلسلة من الآراء يستطيعون الاختيار من بينها^(٢).

ويرى روجرز أنه بالإمكان أن تتحقق استفادة إذا نظرنا إلى عملية التنمية على اعتبار أنها عملية اتصال. إذ أن الاتصال إعلامياً أو مباشراً، هو الوسيلة الجوهرية التي تدخل الأفكار - المتعلقة بالعالم الخارجي - من خلالها إلى القرية. كما يعتبر الاتصال أيضاً قوة مركزية لتسهيل النشر لأبعد مدى داخل القرية.

وهو يقول أيضاً أن الدور الرئيس لوسائل الإعلام قد يكون في توفير المناخ اللازم للتنمية أكثر منه في تقديم التفاصيل المحددة الضرورية لتبني الأفكار المستحدثة.

وإلى هذا المدى فإن وسائل الإعلام هي المضاعفات Multipliers السحرية لاتباع أخلاقيات المعاصرة بين الفلاحين، ولكنها أقل فاعلية من ذلك بكثير في نشر

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 101.

(2) - Lerner, 1972, op. cit., p. 317.

- Lerner, 1958, op. cit., p. 54.

الابتكارات التكنولوجية وفي إحداث التغييرات في السلوك Overt behavior
المطن^(١).

وقد وجد روجرز في القرى الكولومبية الست التي أجرى عليها أبحاثه أن
هناك علاقة ريجابية بين التعرض لوسائل الإعلام والتعليم، وبين الانفتاح على العالم
الخارجي "Cosmopoliteness"، والقدرة على التقميع الوجداني "Empathy"،
وتبنى الأفكار المستحدثة "Innovativeness"، والإدراك السياسي، وواقع
الإنجاز "Achievement Motivation"^(٢)..

إن مدى التعرض لوسائل الإعلام هو عنصر يلقي بعض الضوء على المنفعة
الحدية "Marginal utility" لوسائل الإعلام، ومن ثم فإن الفصل التاسع،
يستكشف ظاهرة المنفعة الحدية لوسائل الإعلام والتعرض الانتقائي "selective ex-
posure". كما يستكشف إلى أي مدى يتعرض القرويون لوسائل الإعلام وماذا
يجذب إنتباههم منها على وجه الخصوص.

إن إمكانية القروى على الاختيار هي إمكانية تتوقف كثيراً على اهتماماته
الشخصية، أما مدى تعرضه لهذه الوسائل فإنه يعتمد على متغيرات أخرى.

هذا ويمكن القول أن معظم المتغيرات المرتبطة بموضوعنا هي:

(أ) طريقة التعرض، وهل هي استقبال خاص أم عام ؟

(ب) وسيلة الاتصال المستخدمة، وهل هي الإذاعة أم التلفزيون أم الصحافة؟

(ج) المميزات الشخصية والاجتماعية للقرويين

وفي ذلك فإنني أعرض الافتراضين التاليين:

١ - إن مدى تعرض الفرد لوسائل الإعلام قد يتحدد جزئياً بطريقة الاستقبال
"Mode of Reception".

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 116.

(2) Rogers, 1969, op. cit., pp. 104-111.

٢- إن مدى تعرض الفرد لوسائل الإعلام قد يتحدد جزئياً بالخصائص الخلفية له "Background Characteristics"

هذا وستقوم بتحليل بيانات المسح، الذي تم في قها، للتحقق من هذين الافتراضين.

إن طريقة الاستقبال تتصل بالشروط التي يصبح الفرد معها متعرضاً لوسائل الإعلام. والاستقبال قد يكون إمتقبالا خاصاً "Private" أو جماعياً "Collective".

والاستقبال الخاص يتم عن طريق سيطرة الفرد على الوسيلة المستخدمة، أي امتلاكه لجهاز راديو أو تليفزيون وشرائه لصحيفته الخاصة. ومن أجل دراستنا هنا سنعتبر أن طريقة الاستقبال الخاصة تعنى ملكية جهاز راديو أو تليفزيون وقراءة الشخص لصحيفته الخاصة.

أما الاستقبال الجماعي فهو يتم عن طريق اعتماد الفرد على الآخرين للوصول إلى وسيلة الاتصال^(١).

وسائل الاتصال الالكترونية

تعتبر وسائل الاتصال الالكترونية من أهم وسائل الاتصال في العصر الحديث، خاصة بعد زيادة التقدم العلمي والتكنولوجي واستخدامه في تلبية احتياجات الشعوب.

وبلى ذلك يوضح مندلسن أن الراديويون غيره من وسائل الإعلام يتمتع بخصائص فريدة، حيث أصبح رقيقاً لمن يستعمله. ويضيف مندلسن بأن هذه الصداقة بين الراديو والمستمع قد زادت نتيجة لزيادة الاختراعات وتطورها مع انخفاض ثمنها بالنسبة لما تقدمه من مزايا إلى درجة أصبح فيها الراديو ملازماً

(1) Harik, 1974, op. cit., p. 143.

المتستمع لفترات طويلة من الوقت (٧).

ويقول بول لازار سفيلد "Paul Lazarsfeld" وباتريشيا كيندال "Patricia kendal" إن تعبير جماهيرى "Mass" ينطبق حقاً على وسيلة الراديو، ذلك أن الراديو يصل إلى كل مجموعات السكان بصورة منتظمة أكثر من أى وسيلة أخرى. ولقد خلص لازار سفيلد وكيندال إلى أنه كلما أتيت وسيلة إعلامية ما، كلما زاد عدد المتعرضين لها (٧).

بيانات الدراسة الميدانية

التعرض للإذاعة والتلفزيون وملكية أجهزة الوسائل:

لقد سألنا أفراد عينة البحث الذى أجريناه فى قها عن مدى تعرضهم لوسائل الإعلام الالكترونية، ومدى تعرضهم ، فماذا كانت طريقتهم فى الاستقبال؟ فكانت إجاباتهم عن الراديو، كما هو ظاهر فى الجدول رقم ٦ الذى يتبين منه أن نسبة ٩٥.٦٪ من أفراد العينة من مستمعى الراديو. ويشير الجدول أيضاً إلى أن ما يوازى ٩٢.٦٪ من أفراد العينة يمتلك كل منهم جهازاً للراديو. كما يتبين بالنسبة لهؤلاء أن ٢٢.٧٪ من نوى المستوى المرتفع للاستماع، و٤١.٤٪ من نوى المستوى المتوسط للاستماع، و٣٦.١٪ من نوى المستوى المنخفض للاستماع. ويتبين كذلك أن نسبة غير المستمعين للراديو ويمتلكون أجهزة هي نسبة بسيطة تبلغ ٧.٤٪. ويتضح أيضاً أن عدد ساعات الاستماع لدى ملاك أجهزة الراديو أعلى كثيراً من عددها لدى الأفراد الذين لا يمتلكون الأجهزة. فقد بلغت نسبة الذين لا يمتلكون أجهزة الراديو ٦.٤٪ من أفراد العينة بينما نسبة ٥.٢٪ من نوى المستوى المنخفض أو ممن لم

(1) Harol Mendelshon " Listening to Radio" in Lewis Dexter and David White ed., People, Society and Mass Communication The Free Press of Glencoe, N.Y., 1964, pp. 239 - 249.

(2) Paul Lazarsfeld and Patricia Kendal: "The Communications Behaviour of the Average American", in Schramm, Mass Communication, University of Illinois Press, Urbana, 1960, pp. 421 - 424.

يستمعوا إلى الراديو نهائياً. ولا يوجد أحد من أفراد العينة ممن لا يملكون أجهزة الراديو تم تصنيفه تحت فئة نوى المستوى المرتفع للاستماع. في حين أن ٢٢.٧٪ من أفراد العينة مالكون للراديو يستمعون استماعاً بمستوى مرتفع.

الجدول رقم ٦

مدي الاستماع إلى الراديو مقارناً بالملكية

الفئة	المدي	لا يستمعون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
لا يملكون	٢٪	٥	٨	٢	—	١٦
يملكون	٢.٤٪	٦	٦٥	١٠٣	٥٩	٢٣٣
الإجمالي	٤.٤٪	١١	٧٣	١٠٦	٥٩	٢٤٩

وفي سبيل إختبار العلاقة بين ملكية الراديو ومدى التعرض استخدمنا إختبار χ^2 "Chi-square test" الذي أظهر أنه عند ٢ درجات حرية - Degrees of free dom كانت χ^2 المحسوبة تساوي ٣٦.٣٦ بينما كانت χ^2 الجدولة عند مستوى ٥.٠٠ هي ٧.٨١٤ أي أنه يوجد فرق معنوي "Significant difference" في مدى الاستماع إلى الراديو بين من يملكون الأجهزة ومن لا يملكونها (١).

(٥) منخفض = يستمع لعدد ساعات بين ٥ - ٩ ساعات أو أقل من ٥ ساعات أسبوعياً.

(٥٥) متوسط = يستمع لعدد ساعات بين ١٠ - ٢٤ ساعة أسبوعياً.

(٥٥٥) مرتفع = يستمع لعدد ساعات أكثر من ٢٤ ساعة أسبوعياً.

(١) طالما أن نتيجة إختبار وجود علاقة بين متغيرين باستخدام χ^2 قد أظهرت وجود فرق معنوي عن المستوى ٥.٠٠ فإن ذلك يعنى وجود تلك العلاقة (التي يجرى عنها الإختبار) بالفعل.

ومن ثم نستطيع القول بأن مدى تعرض الفرد إلى الراديو يتحدد جزئياً بالملكية.

ومن ناحية أخرى فإن الجدول التالى سترد فيما بعد تظهر أن أفراد العينة يتعرضون للراديو أكثر من تعرضهم للتلفزيون.

ويشير الجدول رقم ٧ إلى أن نسبة ١٣.٩٪ من أفراد العينة يتعرضون للتلفزيون، هذا ويمكن القول أن انخفاض نسبة ملكية أجهزة التلفزيون (وقدراها ٢٤.١٪) قد يرجع أساساً إلى أسباب اقتصادية أهمها انخفاض دخل الفرد، ومن ناحية أخرى وبمفهوم المخالفة يمكن أن نستنتج أن طريقة الاستقبال تتم بالمشاهدة الجامعية (مثلاً).

بيد أنه على المدى الطويل يمكن اعتبار التلفزيون وسيلة أكثر فاعلية، فى نشر المعلومات، من الراديو، ويرجع هذا أساساً إلى أن نوعية هذه الوسيلة تتألف من الصوت والصورة، مما يجعله قادر على نشر المعلومات التى تحتاج إلى توضيح وشرح. وقد يقل عائد الحكومة، على المدى البعيد، يمكنها من إدخال نوع رخيص السعر من أجهزة التلفزيون خفيف الوزن سهل النقل.

وباستكمال تحليلنا للجدول عن مالى أجهزة التلفزيون (٢٤.١٪) نجد أن نسبة ١٤.٦٪ من نوى المستوى المرتفع والمتوسط للتعرض، ونسبة ٩.١٪ من نوى المستوى المنخفض للتعرض، بينما تبلغ نسبة الأفراد الذين لا يشاهدون التلفزيون ٠.٤٪ فقط.

كما أنه يمكن أن نستنتج أن مدى التعرض المرتفع والمتوسط للتلفزيون بين من يملكونه أعلى بكثير إذا قورن بمن لا يملكونه (نسبة عدم الملكية بلغت ٧٥.٩٪). فقد بلغت هذه النسبة لدى الذين لا يملكون ٧٪ فقط كما بلغت نسبة التعرض المنخفض ٣٣.٢٪، ونسبة الذين لم يشاهدوا التلفزيون على الإطلاق ٣٥.٧٪.

وانت استخمننا اختبار كاي^٢ لمعرفة ما إذا كانت هناك علاقة بين ملكية جهاز

التلفزيون ومدى التعرض، حيث كانت كلاً المحسوبة ٨٤.٥٠٠ مقابل كلاً المجنولة لثلاث درجات حرية وعند مستوى ٠.٠٥ والتي تساوى ٧.٨١٤ ثبت وجود فرق معنوي بين من يملكون أجهزة التلفزيون ومن لا يملكونها في مستوى التعرض.

ومن البيانات المتقدمة يمكن القول أن الأفراد الذين تتوفر لديهم أجهزة وسائل الإعلام يكونون أكثر تعرضاً لها من هؤلاء الذين يعتمدون على الآخرين في استقبالها وباختصار، فإن استهلاك مخرجات "Output" وسائل الإعلام مقيد "Qualified" بطريقة استقبال وسائل الإعلام.

الجدول رقم ٧

مدى التعرض الي التلفزيون مقارنا بالمعية

المدى الفئة	لا يشاهدون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
لا يملكون	٨٦ ٪٢٥.٧	٨٠ ٪٣٣.٢	١٤ ٪٥.٨	٣ ٪١.٢	١٨٢ ٪٧٥.٩
يملكون	١ ٪٠.٤	٣٢ ٪٩.١	١٨ ٪٧.٥	١٧ ٪٧.١	٥٨ ٪٢٤.١
الإجمالي	٨٧ ٪٣٦.١	١٠٢ ٪٤٢.٣	٣٢ ٪١٣.٣	٢٠ ٪٨.٣	٢٤١ ٪١٠٠ (١)

(٥) منخفض = يساعد لعدد ساعات بين ٥ - ٩ ساعات أو أقل من ٥ ساعات أسبوعياً.

(٥٥) متوسط = يساعد لعدد ساعات بين ١٠ - ١٩ ساعة أسبوعياً.

(٥٥٥) مرتفع = يشاهد لعدد ساعات أكثر من ١٩ ساعة أسبوعياً.

(١) إجمالي أفراد العينة ٢٤٩. لحجم ثمانية عن إجابة هذا السؤال. وأجاب ٢٤١ فقط.

الخصائص الخلفية لأفراد العينة والتعرض للوسائل الإلكترونية:

لقد أظهرت بيانات المسح الذي أجري في قها بشأن تعرض القرويين إلى الوسائل الإلكترونية أن الخصائص الخلفية للفرد تحدد جزئياً مدى تعرضه لوسائل الإعلام^(١).

فبمقارنة المهنة والاستماع إلى الراديو، أوضع الجدول رقم ٨ (أ) أن كل العمال في عينة البحث كانوا من مستمعي الراديو. بينما كانت نسبة ٤٠.٨٪ من فئة «آخرون» من غير المستمعين. وأن نسبة ٨٪ من الفلاحين لم يستمعوا إلى الراديو.

الجدول رقم ٨ (أ)

مدى الاستماع إلى الراديو مقارنة بالمهنة

المهنة (٥)	المسمى	لا يستمعون	متخاض	متوسط	مرتفع	إجمالي
فلاحون	(٨٪)	٨	١٨	٥١	٢٢	٩٩
عمال	(-٪)	-	٣٢	٣٣	٣٣	٨٨
آخرون (٥٥)	(٤.٨٪)	٣	٣٣	٢٢	١٤	٦٧
إجمالي	(٤.٤٪)	١١	٧٣	١٠٦	٥٩	٢٤٩

(٥) تم حساب النسبة المئوية بين الفئات المختلفة.
(٥٥) من أجل التوضيح، ولأن تركيزنا على الفلاحين والعمال باعتبار أنهم يمثلون غالبية السكان، فقد أدرجنا كل الفئات الأخرى تحت آخرون وهذا: موظف - عمل خاص - مهني (طبيب - مدرس - محاسب - إلخ) - زوجة (مت بيت) - لا عمل (ويشمل من هم على المعاش).
(١) تقصد بالخصائص الخلفية في دراستنا هنا المهنة - مستوى الدخل - معرفة القراءة والكتابة والسن - والجنس.

وأكثر من ذلك، كان مدى استماع العمال (الاستماع المرتفع) إلى الراديو أعلى مدى الاستماع المماثل للفئات الأخرى. فقد تبين أن نسبة الاستماع المرتفع لدى العمال بلغت ٢٦.١٪، بينما تصل إلى ٢٢.٣٪ لدى الفلاحين، وتبلغ ٢٢.٦٪ لدى المهن الأخرى.

كما تبين أن أعلى نسبة بين الفلاحين وقدها ١٥.٥٪ قد تم تصنيفها تحت المستوى المتوسط للاستماع، كذلك فقد تبين أن أعلى نسبة بين فئة «آخرون» وقدها ٣٧.١٪ قد تم تصنيفها تحت المستوى المنخفض للاستماع.

وأوضح الجدول رقم ٨ (ب) بشأن المهنة ومشاهدة التلفزيون أن نسبة ٦٧٪ من العمال يشاهدون التلفزيون، بينما كانت نسبة الفلاحين ومشاهدي التلفزيون ٤٦.٩٪ فقط. كذلك يبين الجدول، فيما يتصل بدرجة تعرض كل من العمال والفلاحين، إلى أن مدى تعرض العمال للتلفزيون كان أعلى في المستويات المرتفعة والمتوسطة للمشاهدة عن مدى تعرض الفلاحين للتلفزيون.

الجدول رقم ٨ (ب)

مدى التعرض الي التلفزيون مقارنا بالمهنة

المهنة	لا يشاهدون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
فلاحون	٥١ (٥٣.١٪)	٣٨ (٣٩.٦٪)	٣ (٣.١٪)	٤ (٤.٧٪)	٩٦ (١٠٠٪)
عمال	٢٨ (٣٣٪)	٣٤ (٤٠٪)	١٥ (١٧.٦٪)	٨ (٩.٤٪)	٨٥ (١٠٠٪)
آخرون	٩ (١٤.٧٪)	٣٠ (٤٩.١٪)	١٤ (٢٢.٩٪)	٨ (١٣.٣٪)	٦١ (١٠٠٪)
إجمالي	٨٨ (٣٦.٣٪)	١٠٢ (٤٢.٢٪)	٣٢ (١٣.٧٪)	٢٠ (٨.٣٪)	٢٤٢ (١٠٠٪)

(٥) العدد الإجمالي للأفراد العينة هو ٢٤٩ أجمع سبعة منهم عن الإجابة على هذا السؤال

وأجاب ٢٤٢ فقط

هذا ويهم أن نوضح أن هناك عدداً من العوامل التي تؤدي إلى ظهور النتائج المتقدمة من أهمها مشكلة الفرصة Opportunity". فالناس المستغرقون في نشاط معين، سواء كان من الأعمال المهنية أو تلك التي يستغرق أداؤها فترة طويلة من الوقت، إن يجدوا سوى القليل من الوقت للتعرض لأي نوع من وسائل الإعلام. وقد يكون المستوى الاقتصادي المنخفض عصباً آخر يجعل الفلاحين أقل قدرة من العمال على إمتلاك وسيلة إعلامية ومن ثم يعتمدون على غيرهم ممن يمتلكونها.

وإذا انتقلنا إلى الكلام عن العلاقة بين مستوى الدخل ومدى التعرض للوسائل الإلكترونية نجد أنها تحتاج إلى مزيد من المناقشة.

ف نجد من الجدول رقم ٩ (١) أن نسبة ٥.٨٪ من ذوي الدخل الذي يقل عن ٢٠ جنيهاً في الشهر لا يستمعون إلى الراديو، بينما كل ذوي الدخل بين ٢٠-٢٩ جنيهاً في الشهر يستمعون إلى الراديو.

وقد سبق أن وجدنا فيما تقدم (الجدول ٦) أن ٩٣.٦٪ من إجمالي أفراد العينة يمتلكون أجهزة الراديو، وأن الذين لا يمتلكون أجهزة كانت نسبتهم ٦.٤٪ وهم إما لا يستمعون أو من ذوي الاستماع المنخفض أو المتوسط.

هذا وإن الانتشار الواسع للملكية أجهزة الراديو جاء نتيجة مباشرة لرخص سعره. كما أن الاستماع إلى الراديو لا يتطلب مهارات القراءة أو الكتابة إذا أخذنا في الاعتبار إرتفاع نسبة الأمية في المجتمع المصري. هذه العناصر تجعل الراديو أكثر وسائل الإعلام شعبية في مصر.

وإذا تأملنا الجدول ٩ (١) نجد أن مدى الاستماع، المرتفع والمتوسط، إلى الراديو يقل، عموماً، كلما زاد الدخل. حيث تبين مثلاً أن الاستماع المرتفع قد تقلص من ٣٦.٩٪ عند مستوى الدخل أقل من ٢٠ جنية وبلغ ١٤.٧٪ عند مستوى الدخل ٤٠ جنية فأكثر.

وتبين أيضاً أن أعلى نسبة بين فئة الدخل من ٢٠ إلى ٢٩ جنيهاً شهرياً وقرها ٤٨.٩٪ قد تم تصنيفها تحت المستوى المتوسط للاستماع إلى الراديو.

ومن ناحية أخرى فإن الاستماع المنخفض يتزايد مع زيادة الدخل فقد بلغ ٢٢.٢٪ عند مستوى الدخل أقل من ٢٠ جنية وأصبح ٥١.٩٪ عند مستوى الدخل ٤٠ جنية فأكثر.

وقد يكون السبب المحتمل لهذه النتيجة أن أفراد العينة نوى مستوى الدخل الأعلى قادرين أيضاً على شراء جهاز تليفزيون وجريدة يومية، وعليه يتقسم اتمام كل منهم بين الوسائل المتعددة بدلاً من قصره على وسيلة إعلامية واحدة فقط.

كما أن التعليم قد يكون سبباً إضافياً لهذه النتيجة، إذ أنه من المألوف أن نوى الدخل الأعلى تكون لديهم مستويات تعليمية أعلى، الأمر الذي يجعلهم يميلون إلى قراءة الصحف أكثر من الاستماع إلى الراديو.

الجدول رقم ٩ (أ)

الاستماع الي الراديو ومستوى الدخل

المستوى ^٥	لا يسمح	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
أقل من ٢٠ جنيها	(٥.٨٪) ٨	(٢٢.٧٪) ٣٢	(٤٤.٩٪) ٦٢	(٢٦.١٪) ٣٦	(١٠٠٪) ١٣٨
بين ٢٠ - ٢٩ جنيها	(-٪) -	(٢٧.٩٪) ١٢	(٤٨.٩٪) ٢١	(٢٣.٢٪) ١٠	(١٠٠٪) ٤٣
بين ٣٠ - ٣٩ جنيها	(٥.٣٪) ٢	(٣٤.٧٪) ١٣	(٣٦.٨٪) ١٤	(٢٢.٧٪) ٩	(١٠٠٪) ٢٨
٤٠ جنيهاً فأكثر	(-٪) -	(٥١.٩٪) ١٤	(٣٢.٣٪) ٩	(١٤.٨٪) ٤	(١٠٠٪) ٢٧
إجمالي	(٤.١٪) ١٠	(٢٨.٩٪) ٧١	(٤٣.١٪) ١٠٦	(٢٢.٩٪) ٥٩	(١٠٠٪) ٥٥٢٤٦

(٥) لقد تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة من أجل توضيح المقارنة بين الفئات

الملاحظة

(٥٥) الرقم الإجمالي لأفراد العينة ٢٤٩ وأحجم ٣ منهم عن الإجابة على السؤال بمستوى الدخل.

والتلفزيون هو وسيلة المشاهد "Spectator" التي لا يحتاج الجمهور فيها إلى أن يفعل شيئاً أكثر من المشاهدة والاستماع. ومع ذلك، فبسبب الثمن المرتفع لأجهزة التلفزيون فإننا نجد أن نسبة ملكيته في القرى نسبة منخفضة. حيث في الجدول رقم (٧) المتقدم نجد أن ٢٤.١٪ من أفراد العينة يمتلك هذه الأجهزة. ومن الجدول (٩ب) نجد أن نسبة الذين لا يشاهدون التلفزيون ظهرت على النحو التالي: ٥١.٥٪ من ذوي الدخل أقل من ٢٠ جنيهاً شهرياً، ٢٦.٢٪ من ذوي الدخل بين ٢٠-٢٩ جنيهاً شهرياً، ١٦.٢٪ من ذوي الدخل بين ٣٠-٣٩ جنيهاً شهرياً، ٣.٧٪ فقط من ذوي الدخل ٤٠ جنيهاً فأكثر شهرياً. وهذه النسب تبين أنه كلما ارتفع الدخل كلما

الجدول رقم ٩ (ب)

مدى التعرض الي التلفزيون ومستوي الدخل

المستوى	لا يشاهد	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
أقل من ٢٠ جنيها	٧.٠ (٥١.٥٪)	٥١ (٣٧.٥٪)	١٤ (١٠.٣٪)	١ (٠.٠٧٪)	١٣٦ (١٠٠٪)
بين ٢٠ - ٢٩ جنيها	١١ (٣٦.٢٪)	١٨ (٤٢.٨٪)	٨ (١٩.١٪)	٥ (١١.٩٪)	٤٢ (١٠٠٪)
بين ٣٠ - ٣٩ جنيها	٦ (١٦.٢٪)	٢٠ (٥٤.١٪)	٦ (١٦.٢٪)	٥ (١٣.٥٪)	٣٧ (١٠٠٪)
٤٠ جنيهاً فأكثر	١ (٢.٧٪)	١٣ (٤٨.٢٪)	٤ (١٤.٨٪)	٩ (٣٣.٣٪)	٢٧ (١٠٠٪)
إجمالي	٨٨ (٣٦.٤٪)	١٠٢ (٤٢.١٪)	٣٢ (١٣.٢٪)	٢٠ (٨.٢٪)	٣٤٢ (١٠٠٪)

(٥) إجمالي عدد أفراد العينة ٢٤٩ ولكن الحجم سبعة منهم عن إجابة السؤال الخاص بمشاهدة التلفزيون ومستوى الدخل.

قلت نسبة غير المشاهدين، كذلك بين الجدول أن من بين ذوى الدخل ٤٠ جنيهاً فأكثر شهرياً نسبة ٣٢.٣٪ تم تصنيفهم تحت المستوى المرتفع لمشاهدة التلفزيون وهذه النسبة تزيد على المستوى المرتفع من باقى الفئات الأخرى.

وعلى العكس من ذلك تماماً فإن أعلى نسبة بين ذوى الدخل أقل من ٢٠ جنيهاً شهرياً بلغت ٥١.٥٪ وهى تتمثل فيمن لا يشاهدون التلفزيون.

وقد يكون من أسباب ظهور البيانات المشار إليها أن ذوى الدخل المرتفعة نسبياً، قد يمتلكون أجهزة تلفزيون وبالتالي فإنه يمكن لهم مشاهدته براحته بسهولة ومن ثم يرتفع مستوى تعرضهم. فى حين أن ذوى الدخل المنخفضة، نسبياً، قد لا يمتلكون أجهزة تلفزيون، وبالتالي فإنه ليست لديهم الفرصة لمشاهدة التلفزيون فى منازلهم أو أنهم يعتمدون فى مشاهدته على الغير أى عن طريق المشاهدة الجماعية فى الأماكن العامة أو فى بيوت أصدقائهم الأمر الذى يعد من مدى تعرضهم للتلفزيون.

الجدول رقم ١٠ (أ)

مدى الاستماع لى الراديو مقارنة بمعرفة القراءة والكتابة

المعرفة = المدى	لا يستمعون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
أميون	(٧.٣٪) ١١	(٢٤.١٪) ٣٧	(٤٣.٢٪) ٦٦	(٢٥.٥٪) ٣٩	(١٠٠٪) ١٥٣
يعرفون القراءة والكتابة	(-٪) -	(٣٧.٥٪) ٣٦	(٤١.٧٪) ٤٠	(٢٠.٨٪) ٢٠	(١٠٠٪) ٩٦
إجمالي	(٤.٤٪) ١١	(٢٩.٣٪) ٧٣	(٤٢.٦٪) ١٠٦	(٢٣.٧٪) ٥٩	(١٠٠٪) ٢٤٩

(هـ) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة - فى هذا الجدول وفى الجداول المتقدمة - لأهمية ذلك فى إجراء المقارنة بين الفئتين (يعرفون القراءة والكتابة أو أميون).

(هـهـ) أضفنا عدد الذين يعرفون القراءة فقط (٢٢ فرد) إلى الأميين حتى نظهر المتطمين وندعم (وهم الذين يعرفون القراءة والكتابة) مما يساعدنا على تحليل مستعملى الإذاعة والبرامج

المختلفة

فإذا انتقلنا إلى مقارنة القراءة والكتابة والتعرض للوسائل الإلكترونية نجد أن الجدول رقم ١٠ (أ) بشأن الاستماع إلى الراديو ومعرفة القراءة والكتابة يبين أن نسبة ٢٥.٥٪ من الأميين من ذوي المستوى المرتفع للاستماع، بينما يقابلهم في ذات المستوى ٢٠.٨٪ ممن يعرفون القراءة والكتابة. وعلى العكس، فعند المستوى المنخفض للاستماع بلغت نسبة الذين يعرفون القراءة والكتابة ٣٧.٥٪ في مقابل ٢٤.١٪ من الأميين أي أن الاستماع المنخفض بين الأميين أقل منه بين من يعرفون القراءة.

وعلى ذلك فيمكن القول أن الأميين يتعرضون إلى الراديو أكثر قليلاً من تعرض المتعلمين (الذين يعرفون القراءة والكتابة) له. وقد يكون السبب في ذلك أن من يعرف القراءة والكتابة يقسم أوقات التعرض لوسائل الإعلام بين الوسائل المطبوعة وبين الوسائل الإلكترونية.

الجدول رقم ١٠ (ب)

التعرض للتلفزيون مقارنة بمعرفة القراءة والكتابة

المعرفة / المستوى	لا يشاهدون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
أميون	٧٣ (٥٠٪)	٥٦ (٣٨.٤٪)	١٠ (٦.٨٪)	٧ (٤.٨٪)	١٤٦ (١٠٠٪)
يعرفون القراءة والكتابة	١٥ (١٥.٥٪)	٤٦ (٤٨٪)	٢٢ (٢٣٪)	١٣ (١٣.٥٪)	٩٦ (١٠٠٪)
إجمالي	٨٨ (٣٦.٤٪)	١٠٢ (٤٢.١٪)	٣٢ (١٣.٢٪)	٢٠ (٨.٣٪)	٣٤٢ (١٠٠٪)

(هـ) إجمالي عدد أفراد العينة ٢٤٩، أحجم سبعة من الإجابة على السؤال الخاص بالتعرض إلى التلفزيون.

ويختلف الوضع فيما يتصل بالتعرض إلى التلفزيون ومعرفة القراءة والكتابة. فيوضح الجدول رقم ١٠ (ب) أن ٥٠٪ من الأميين لا يشاهدون التلفزيون في مقابل ١٥٪ فقط ممن يعرفون القراءة والكتابة. كما يظهر الجدول أيضاً أنه في كل المستويات، المرتفعة والمتوسطة والمنخفضة للمشاهدة، ترتفع نسبة مدى مشاهدة من يعرفون القراءة والكتابة عن الأميين. وكما هو معلوم فإن مشاهدة التلفزيون لا تتطلب مهارات القراءة والكتابة، إلا أن ظهور هذه البيانات قد يرجع إلى أن من

الجدول رقم ١١ (أ)

الاستماع الي الراديو مقارنا بالسن

السن	المسئ	لا يستمعون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
السن بين ٢٠ - ٢٩ سنة	(٠٪)	٩	(٤٢.٤٪)	٢٢	(٣٩.٧٪)	(١٠٠٪) ٥٣
السن بين ٣٠ - ٣٩ سنة	(٧.٧٪)	٢٢	(٣٠.٦٪)	٣٠	(٢٥٪)	(١٠٠٪) ٧٢
السن بين ٤٠ - ٤٩ سنة	(٨.٨٪)	٢	(٢٠.١٪)	٣٠	(١٧.٥٪)	(١٠٠٪) ٦٣
السن بين ٥٠ - ٥٩ سنة	(٧.٥٪)	٣	(٣٧.٥٪)	١٧	(١٢.٥٪)	(١٠٠٪) ٤٠
السن ٦٠ لكفر	(٤.٤٪)	٣	(٣٨٪)	٦	(١٩٪)	(١٠٠٪) ٢١
إجمالي	(٤.٤٪)	١١	(٢٩.٤٪)	١٠٦	(٣٣.٧٪)	(١٠٠٪) ٢٤٩

(٥) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة.

يعرفون القراءة والكتابة لديهم أعمال أفضل ومستوى نحل أعلى والتعبية فإنهم يمتلكون أجهزة التليفزيون ومن ثم فإن مدى تعرضهم له يكون أكبر.

ومن المحتمل أن تكون العلاقة بين السن والتعرض للوسائل الإلكترونية واحدة من العلاقات الأكثر إثارة في كل سلوك الاتصال. ومن غير العسير أن نجد أن معظم المعجبين بالوسائل الإلكترونية من بين الشباب. إذ أنه كلما صغر سن الفرد قلت مسؤولياته الشخصية والاجتماعية، وبالتالي فإنه يكون لدى هؤلاء الشباب وقت فراغ أكبر. ويبين الجدول رقم ١١ (أ) مدى الاستماع إلى الراديو مقارنة بالسن.

ويظهر أن نسبة المستمعين إلى الراديو، «استماع مرتفع» من فئة السن بين ٢٠-٢٩ سنة قد بلغت ٣٩.٧٪ وهي أعلى نسبة للاستماع المرتفع بين مختلف فئات السن.

كما يبين الجدول أن نسبة الاستماع المتوسط بلغت في فئة السن من ٤٠-٤٩ سنة ٤٧.٦٪ وهي تمثل أعلى نسبة للاستماع في هذه الفئة وفي غيرها من الفئات. كذلك يبين الجدول أن أعلى نسبة في فئة السن ٦٠ سنة فلكثر قد بلغت ٣٨٪ وتم تصنيفها تحت المستوى المنخفض للاستماع وهي أعلى من نسب المستوى المنخفض في فئات السن الأخرى.

كما يشير الجدول أيضاً، وبوضوح، إلى أنه كلما زاد السن كلما زادت نسبة من لا يستمعون إلى الراديو.

ويعطى الجدول رقم ١١ (ب) بخصوص التعرض للتليفزيون مقارنة بالسن بيانات إحصائية مقارنة. حيث يظهر هذا الجدول أن نسبة ١٤٪، ١٨٪ من فئة السن بين ٢٠-٢٩ سنة من ذوي المستوى المرتفع والمتوسط للمشاهدة على التوالي، هذا ويقل التعرض عن ذلك في فئات السن الأخرى. كما يبين الجدول أيضاً أن أعلى نسبة في فئة السن بين ٣٠-٣٩ سنة بلغت ٥١.٤٪ وأعلى نسبة في فئة السن بين ٤٠-٤٩ سنة بلغت ٣٩.٧٪ وهاتان النسبتان لذوي المستوى المنخفض للمشاهدة. كذلك يبين الجدول نفسه أن أعلى نسبة في فئة السن بين ٥٠-٥٩ سنة قد بلغت ٥٩٪ وأعلى نسبة في فئة السن ٦٠ سنة فلكثر بلغت ٥٥٪ وهما لن يشاهدوا التليفزيون.

ويمكن أن نستنتج مما تقدم أنه كلما كبر الناس في السن فإن وقتهم قد ينصرف إلى واجبات ومسئوليات، إما مفروضة عليهم أو مكلفين بها، مما يؤدي إلى انخفاض مدى تعرضهم للتلفزيون كما أن كبر السن قد يقلل من الرغبة للتعرض.

الجدول رقم ١١ (ب)

التعرض الي التلفزيون مقارنة بالسن

السن (٥)	لا يشاهدون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي (٥)
السن بين ٧٠ - ٢٩ سنة	(٪٢٨) ١٤	(٪٤٠) ٢٠	(٪١٨) ٩	(٪١٤) ٧	(٪١٠٠) ٥٠
السن بين ٣٠ - ٢٩ سنة	(٪٢٢.٩) ١٦	(٪١٥.٤) ٣٦	(٪١٥.٧) ١١	(٪١٠) ٧	(٪١٠٠) ٧٠
السن بين ٤٠ - ٤٩ سنة	(٪٣٨.١) ٢٤	(٪٣٩.٧) ٢٥	(٪١٤.٣) ٩	(٪٨.١) ٥	(٪١٠٠) ٦٣
السن بين ٥٠ - ٥٩ سنة	(٪٥٩) ٢٣	(٪٣٢.٣) ١٣	(٪٥.١) ٢	(٪٢.٦) ١	(٪١٠٠) ٣٩
السن ٦٠ فأكثر	(٪٥٥) ١١	(٪٤٠) ٨	(٪٥) ١	(٪-) -	(٪١٠٠) ٢٠
إجمالي	(٪٣٦.٤) ٨٨	(٪٤٧.١) ١٠٢	(٪١٢.٢) ٣٢	(٪٨.٣) ٢٠	(٪١٠٠) ٢٥٢

(٥) إجمالي عدد أفراد العينة ٢٤٩ أحجم سبعة منهم عن الإجابة على السؤال الخاص بالتعرض إلى التلفزيون وأجاب ٢٤٢ فقط.

(٥٥) حسبنا النسب لكل فئة على حدة وليس لجموعة معينة لأهمية ذلك في حصر كل فئة وحدها.

أما عن الجنس فنجد أن اختلاف درجة تعرض الجنسين فيه يعتبر السمة المميزة لجمهور الوسائل الإلكترونية. ولكن كما سبق أن أوضحنا فإن نسبة النساء في عينة الاستطلاع في دراستنا لا تمثل عموم النساء في قرية قها.

لذلك فقد أعدنا هذا الجدول ويبقى الجداول في هذا الكتاب لكي تساعدنا في التمييز بين خصائص الجمهور، دون أن نفترض فيها أن تكون ممثلة لكل الجمهور بدرجة كاملة أو بنسبة ١٠٠٪.

هذا ويبين الجدول رقم ١٢ (أ) أن أعلى نسبة من النساء بلغت ٤١.٧٪ وهي تمثل المستوى المرتفع للاستماع. وهذا المستوى أعلى من المستوى المائل له عند الرجال. ومن جهة أخرى، فإن الرجال في المستوى المنخفض للاستماع بلغت نسبتهم ٣٠.٤٪ وهي أعلى من مستوى الاستماع المائل لدى النساء. ويعني ذلك أن النساء أكثر تعرضاً للراديو من الرجال.

الجدول رقم ١٢ (أ)

مدي الاستماع الي التلاديو مقارنا بالجنس

الجنس \ المستوى	لا يستمعون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
رجال	(٤.٥٪)	(٢٠.٤٪)	(٤٥.٧٪)	(١٩.٤٪)	(١٠٠٪) ٢٠١
نساء	(٤.١٪)	(٢٥٪)	(٢٩.٢٪)	(٤١.٧٪)	(١٠٠٪) ٤٨
إجمالي	(٤.٤٪)	(٢٩.٣٪)	(٤٢.٦٪)	(٢٢.٧٪)	(١٠٠٪) ٢٤٩

(هـ) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك في المقارنة.

الجدول رقم ١٢ (ب)

مدي التعرض الي التلفزيون مقارنا بالجنس

الجنس	المسدي	لا يشاهدون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي				
رجال	(٢٩.٨)	٨٧	(٤٠.٨)	٨٠	(١٢.٢)	٢٤	(١٠٠)	١٩٦		
نساء	(٢١.٧)	١٠	(٤٧.٨)	٢٢	(١٧.٥)	٨	(١٣)	٦	(١٠٠)	٤٦
إجمالي	(٣٦.٤)	٨٨	(٤٢.١)	١٠٢	(١٣.٢)	٣٢	(٨.٣)	٢٠	(١٠٠)	٢٢٤٢

وبصفة عامة يتبين لنا مما تقدم أن مالكي أجهزة الراديو والتلفزيون أكثر استهلاكاً للوسائل الالكترونية، أي أكثر تعرضاً لها، من غير الملاك. كذلك فإن العمال أكثر استهلاكاً للوسائل الالكترونية من الفلاحين وغيرهم من نوى المهن الأخرى، والنساء أكثر في ذلك من الرجال. وبالإضافة إلى هذا فإن كمية الاستماع إلى الراديو (فترة الاستماع) تقل بزيادة الدخل والتعليم والسن ومن ناحية أخرى فإن كمية مشاهدة (فترة المشاهدة) التلفزيون تزيد كلما زاد المستوى التعليمي والدخل ولكن على غرار الراديو، فإن مشاهدة التلفزيون تقل كلما زاد السن.

إن يمكن القول أن بيانات المسح تؤكد أن تعرض الفرد إلى الوسائل الالكترونية يتحدد جزئياً بالخصائص الخلفية للفرد .

- (هـ) إجمالي عدد أفراد العينة ٢٤٩ أحجم خمسة رجال وامرأتان عن الإجابة على السؤال الخاص بالتعرض إلى التلفزيون وأجاب ٢٤٢ فقط.
- (هـ) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك في المقارنة.

مدي التعرض لوسائل الاعلام المطبوعة :

نتناول فيما يلي مدى التعرض لوسائل الاعلام المطبوعة. ويمكن القول، بالرجوع إلى بيانات الدراسة الميدانية، أن التعرض للصحف هو تعرض منخفض، وذلك بالمقارنة إلى التعرض للراديو والتلفزيون. وهو يدل على ارتفاع معدل الأمية نسبياً، إذ أن ٤٢.٨٪ فقط من أفراد العينة، ١٠٩ فرد، يقرأون الصحف، وأن ١٦.٥٪، ٤١ فرداً، يقوم الغير بقراءة الصحف لهم، أي أنهم يتعرضون بصورة غير مباشرة إلى الصحف، بينما ٣٩.٧٪، ٩٩ فرد، لا يتعرضون إلى الصحف (جدول رقم ١٣).

هذا وقد وجد عودة، من الدراسة التي قام بها، أن ٢٤٪ يقرأون الصحف بانتظام، وأن ٤٢.٧٪ يقرأونها أحياناً، وأن ٣٣.٣٪ لا يقرأون الصحف. كما وجد أيضاً أن نسبة قراء الصحف منخفضة بوجه عام إذا قورنت بالاستماع إلى الراديو^(١).

وقد تم سؤال أفراد عينة البحث الذي أجرى في قها عن مدى تعرضهم إلى الصحف، وماذا كانت طريقتهم في الاستقبال، بمعنى هل يقرأون بأنفسهم مباشرة، أم أن الغير يقرأ لهم؟ كذلك تم سؤالهم عما إذا كان يشترطون صحفهم. وقد قمنا أسألتنا في ها المجال على هؤلاء الذين تعرضوا للصحف سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

ولقد أظهرت بيانات المسح الذي أجريناه أن طريقة التعرض تحدد درجة قراءة الصحف كما سنوضحه فيما بعد.

ويظهر الجدول رقم ١٣ أن الذين يقرأون الصحف بأنفسهم، أي يتعرضون مباشرة، يمثلون ٧٢.٧٪، من المبحوثين، وأن ٤٤٪ تعرض مباشر عند المستوى المرتفع للقراءة، ١٧.٣٪ من ذوي المستوى المتوسط للقراءة، بينما أن ١١.٤٪ فقط

(١) عوده، المصدر السابق، ١٩٧١، ص ٣٢١.

من نوى المستوى المنخفض للقراءة. ومن ناحية أخرى فإن الذين يقرأ الغير لهم الصحف، أى يتعرضون للصحف بشكل غير مباشر، يمثلون ٢٧.٣٪، وأن ١٩.٢٪ يمثل تعرض مباشر عند المستوى المنخفض للقراءة، بينما ٢.٧٪ فقط من نوى المستوى المتوسط للقراءة وأن ٥.٣٪ فقط من نوى المستوى المرتفع للقراءة.

الجدول رقم ١٣

مدى التعرض للصحف مقارنة بطريقة التعرض

الطريقة	المدى	منخفض (٥)	متوسط (٥٥)	مرتفع (٥٥٥)	إجمالي
تعرض مباشر	(١١.٤٪)	١٧	(١٧.٣٪)	٦٦	(٧٧.٧٪) ١٠٩
تعرض غير مباشر	(١٩.٣٪)	٢٩	(٢.٧٪)	٨	(٢٧.٣٪) (١) ٤١
إجمالي	(٣٠.٧٪)	٤٦	(٢٠٪)	٧٤	(١٠٠٪) (٢) ١٥٠

ولاختيار العلاقة بين مدى التعرض للصحف مقارنة بطريقة التعرض استخدمنا اختبار كاي^٢ الذى أظهر أن كاي^٢ المحسوبة في بيانات العينة كانت ٤٠.٠٢

(٥) منخفض = يقرأ الصحف مرة واحدة في الأسبوع.

(٥٥) متوسط = يقرأ الصحف أكثر من مرة في الأسبوع.

(٥٥٥) مرتفع = يقرأ الصحف كل يوم.

(١) لاحظ أنه تبين من ردود الاستقصاء أن عدد الذين يمارسون القراءة فقط يبلغ ٢٣ منهم ثلاثة عشر يستطيعون القراءة مباشرة والباقى يتعرضون بطريقة غير مباشرة لأنهم يتابعون من القراءة كما أن ٣١ فرداً فقط من الأميين يتعرضون للقراءة بطريقة غير مباشرة .
(هامش جدول رقم ٤).

(٢) كما تم استبعاد ٩٩ فرداً لعدم تعرضهم للصحف.

بينما كانت كلاً؟ المجدولة لدرجتين حرية وعند مستوى معنوى ٠٠٥ تساوى ٩٩٠٠٠ مما يدل على أنه يوجد فرق معنوى فى مدى التعرض للصحف بين الذين يقرأون الصحف بأنفسهم وبين الذين يقرأ الغير لهم.

وفى الحقيقة فإن نتائج الاستقصاء عن انخفاض درجة التعرض غير المباشر من التعرض المباشر تتفق ومنطق الأمور. إذا أن إهتمام الشخص فى القراءة على آخرين أمر يصعب أن يتم يومياً وباستمرار، بعكس الحال فى التعرض المباشر.

ومن هنا نخلص إلى أن درجة التعرض إلى الصحف تتحد جزئياً بطريقة التعرض.

وعلاوة على ذلك أظهر المسح الذى أجرى فى قها أن الذين يشترون الصحف هم الذين يقرأونها بانتظام. ويشير الجدول رقم ١٤، بشأن الملكية ومدى قراءة الصحف، إلى أن ٦٦٪ ممن يتعرضون إلى الصحف يشترونها (يمتلكونها). وأن ٤٦٪ من أفراد العينة الذين يشترون الصحف من ذوى المستوى المنخفض للقراءة، ١٤٪ من المستوى المتوسط للقراءة، ٦٪ من ذوى المستوى المرتفع للقراءة. كذلك يشير الجدول إلى أن ٣٤٪ لا يشترون الصحف ولكنهم يتعرضون لها سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة. وقد قالوا فى ردهم أنهم يقرأون فى المكتبات أو فى المقاهى أو أينما تحتشد الجماعة. وهذا النوع من القراءة شائع فى قرى البلدان النامية الأخرى. وتوضح البيانات أن ٧٤.٧٪ من أفراد العينة الذين لا يشترون الصحف من ذوى المستوى المنخفض للقراءة، و٦٪ من ذوى المستوى المتوسط للقراءة، بينما تبلغ نسبة ذوى المستوى المرتفع للقراءة ٢.٢٪ فقط. ويمكن أن نستنتج من ذلك أن المشترين للصحف أكثر قراءة من غير المشترين.

ولاختبار العلاقة بين ملكية الصحيفة ومدى التعرض للصحف استخدمنا اختبار كلاً؟ الذى أظهر أن كلاً؟ المحسوبة فى بيانات العينة كانت ٦٦.٥٧ بينما كانت كلاً؟ المجدولة ثلاث درجات حرية وعند مستوى ٠٠٥ تساوى ٩٩١٤٧٠٠٠ مما يدل على أنه يوجد فرق معنوى فى مدى التعرض للصحف بين من يمتلكون الصحيفة ومن لا يمتلكونها.

ومن ذلك يمكن أن نخلص إلى أن مدى تعرض الفرد للصحيفة يتحدد جزئياً بملكية الصحيفة.

الخصائص الخلفية لأفراد العينة والتعرض إلى الصحف :
أظهرت بيانات هذا المسح بخصوص قراءة القرويين للصحف أن الخصائص الخلفية للفرد تحدد جزئياً مدى تعرضه للوسائل المطبوعة.

الجدول رقم (١٤)

مدى التعرض للصحف مقارنة بالملكية

المدى الملكى	متنقص	متوسط	مرتفع	إجمالى
لا يملكون	(٢٤.٧٪) ٣٧	(٦٪) ٩	(٢.٢٪) ٥	(٢٤٪) ٥١
يملكون	(٦٪) ٩	(١٤٪) ٢١	(٤٦٪) ٦٩	(٦٦٪) ٩٩
إجمالى	(٢٠.٧٪) ٤٦	(٢٠٪) ٣٠	(٤٩.٣٪) ٧٤	(١٠٠٪) ١٥٠ (٥)

فقد تبين فيما يتعلق بالمهنة وقراءة الصحف أن الفلاحين أقل تعرضاً للصحف من العمال أو غيرهم من نوى المهن الأخرى، ويرجع ذلك إلى النسبة العالية للامية بين الفلاحين. فبالرجوع للجدولين رقمي ١٥.٣ نجد أن ٦٥.٥٪ من الفلاحين، ٦٥ فرداً، لا يتعرضون للصحف، بينما أن نظائرهم من العمال تبلغ نسبتهم ٢٢.٧٪.

(٥) تم إستبعاد ٩٩ فرداً من العينة لأنهم لا يتعرضون للصحف.

٢٠ فرداً، ومن الآخرين ٢٢.٦٪، ١٤ فرداً، ومالما أن تركيزنا على الذين يتعرضون للسائل المطبوعة، فقد استبعدنا غير المتعرضين من جدولنا. ويوضح الجدول رقم ١٥ أن ٥٥.٩٪ من الفلاحين المتعرضين للصحف من ذوي المستوى المنخفض للقراءة، وأن ٢٠.٦٪ من ذوي المستوى المتوسط، ٢٢.٥٪ من ذوي المستوى المرتفع. وبالنسبة للعمال فإن أغلبهم من ذوي المستوى المرتفع للقراءة بنسبة ٤٥.٦٪، كذلك فإن النسبة الكبرى لفئة «آخرون» هي لذوي المستوى المرتفع وقد بلغت ٧٢.٩٪.

وهناك عدة أسباب لظهور نتيجة الاستقصاء بهذا الجدول. فعلى سبيل المثال نجد أن المزارعين والفلاحين يعملون إلى ديارهم بعد يوم عمل شاق يبحثون عن الراحة والترفيه، الأمر الذي يجذبه في الاستماع إلى الراديو، مثلاً، وبالتالي فإن درجة تعرضهم للصحف تكون أقل.

الجدول رقم (١٥)

التعرض للصحف مقارناً بالمهنة

المهنة / المستوى	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي (٥)
فلاحون	(٥٥.٩٪) ١٩	(٢٠.٦٪) ٧	(٢٢.٥٪) ٨	(١٠٠٪) ٣٤
عمال	(٢٩.٤٪) ٢٠	(٢٥٪) ١٧	(٤٥.٦٪) ٣١	(١٠٠٪) ٦٨
آخرون	(١٤.٦٪) ٧	(١٢.٥٪) ٦	(٧٢.٩٪) ٢٥	(١٠٠٪) ٢٨
إجمالي	(٢٠.٧٪) ٤٦	(٢٠٪) ٣٠	(٤٩.٣٪) ٧٤	(١٠٠٪) ١٥٠

(٥) استبعد عدد ٩٩ فرداً من الجدول وهم من لم يتعرضوا للصحف.

(٥٥) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة لأممية ذلك في المقارنة.

وفيما يتعلق بالحالة الاقتصادية والتعرض للصحف، يوضح الجدول رقم ١٦ أنه كلما تيسرت الحالة الاقتصادية كلما زاد التعرض المرتفع عن باقي أنواع التعرض والعكس صحيح غالباً. فالبنسبة لنوى الدخل ٤٠ جنيه فأكثر شهرياً يتعرض معظمهم (٧٠.٤٪) بالمستوى المرتفع وأن نوى الدخل أقل من ٢٠ جنيه فإن أكثرهم (٤٧.٤٪) بالمستوى المنخفض.

الجدول رقم (١٦)

التعرض للصحف مقارناً بالدخل

الدخل	المدى	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي (٥)
أقل من ٢٠ جنيه شهرياً	(٤٧.٤٪)	٢٨	١٠	٢١	(١٠٠٪) ٥٩
بين ٢٠-٢٩ جنيه شهرياً	(١٨.٢٪)	٦	١٠	١٧	(١٠٠٪) ٣٣
بين ٣٠-٣٩ جنيه شهرياً	(٣٢.٣٪)	١٠	٤	١٧	(١٠٠٪) ٣١
٤٠ جنيه فأكثر شهرياً	(٧.٤٪)	٢	٦	١٩	(١٠٠٪) ٢٧
إجمالي	(٣٠.٧٪)	٤٦	٣٠	٧٤	(١٠٠٪) ١٥٠

ومعرفة القراءة والكتابة تلعب دوراً كبيراً فيما يتعلق بمدى التعرض للوسائل المطبوعة. فإذا نظرنا إلى الجدول رقم ١٧ نجد أن معرفة القراءة والكتابة تمكن الفرد

- (٥) استبعد عدد ٩٩ فرداً من الجدول وهم من لم يتعرضوا للصحف.
(٥٥) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك في المقارنة.

من الحصول على مستوى عال مرتفع من التعرض للوسائل المطبوعة. ذلك أن ٦٦.٧٪ من أفراد العينة الذين يقرأون ويكتبون، يقرأون الصحف يومياً بدرجة مرتفعة. وأن ٢٢.٢٪ ممن يعرفون القراءة والكتابة من ذوي التعرض المتوسط للصحف، بينما ١٠.١٪ فقط من ذوي التعرض المنخفض للصحف. في حين أن ٧٠.٦٪ من الأميين من ذوي المستوى المنخفض للتعرض للصحف، وأن ٢٩.٤٪ فقط من ذوي المستوى المتوسط والمرتفع للتعرض للوسائل المطبوعة. ويحتمل أن تكون نتيجة الاستقصاء هذه وليدة الصعوبة التي قد يعانيها الأميون في إيجاد شخص يقرأ لهم الصحف بصفة منتظمة أو في أوقات معينة كل يوم.

الجدول رقم (١٧)

التعرض للصحف مقارناً بالقراءة والكتابة

المعرفة (٥)	المستوى			
	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي (٥٥)
أميون	٣٦ (٧٠.٦٪)	٧ (١٢.٧٪)	٨ (١٥.٧٪)	٥١ (١٠٠٪)
يعرفون القراءة والكتابة ***	١٠ (١٠.١٪)	٢٣ (٢٢.٢٪)	٦٦ (٦٦.٧٪)	٩٩ (١٠٠٪)
إجمالي	٤٦ (٣٠.٧٪)	٣٠ (٢٠٪)	٧٤ (٤٩.٣٪)	١٥٠ (١٠٠٪)

(٥) استبعد عدد ٩٩ فرداً من الجدول لأنهم لا يتعرفون للصحف.

(٥) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك في المقارنة.

(٥٥٥) أضفنا إلى الذين يعرفون القراءة والكتابة ثلاثة يقرأون ولكنهم يكتبون بدرجة ضعيفة.

(يرجع إلى الملاحظة على الجدول رقم ٤) حتى نجمع كل من يمكنه الكتابة لاستبيان الملاحظة

على أساس شامل.

وبالنسبة للمسن ومدى التعرض للصحف، يستدل من الجدول رقم ١٨ أن هناك تقارباً نسبياً، في درجات القراءة بين مستويات السن المختلفة، إلا أنه يمكن ملاحظة انخفاض المعدلات المرتفعة لقراءة الصحف بعد سن ٤٩ سنة. فتجد أن في فئة السن بين ٤٠-٤٩ سنة ٥٥.٥% يقرأون الصحف بمستوى مرتفع (أي يومياً)، وأن درجة القراءة هذه تنخفض إلى ٤٧.١% بعد سن ٥٠ سنة. وكذلك يظهر الجدول أن ٢٤.٥% من فئة السن بين ٢٠-٢٩ سنة من ذوي المستوى المنخفض للتعرض للصحف. أما فئات السن الأخرى فإن درجة تعرضها المنخفض أقل من ذلك.

ومن ثم فإنه يمكن القول بأن درجة القراءة ترتفع إلى حدود معينة، كلما ارتفع السن.

الجدول رقم (١٨)
التعرض للصحف مقارناً بالسن

المسن / المستوى	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
بين ٢٠ - ٢٩ سنة	(٢٤.٥%) ١٠	(٢٠.٧%) ٦	(٤٤.٨%) ١٣	(١٠٠%) ٢٩
بين ٣٠ - ٣٩ سنة	(٢٩.٤%) ١٥	(٢١.٦%) ١١	(٤٩%) ٢٥	(١٠٠%) ٥١
بين ٤٠ - ٤٩ سنة	(٣٠.٦%) ١١	(١٣.٩%) ٥	(٥٥.٥%) ٢٠	(١٠٠%) ٣٦
٥٠ سنة فأكثر (٥)	(٢٩.٤%) ١٠	(٢٢.٥%) ٨	(٤٧.١%) ١٦	(١٠٠%) ٣٤
إجمالي	(٢٠.٧%) ٤٦	(٢٠%) ٢٠	(٤٩.٣%) ٧٤	(١٠٠%) ١٤٠

(٥) أجمعنا فئات السن (٥٩-٥٠)، (٦٠ فأكثر) معاً حيث أن فئة (٦٠ فأكثر) قليلة العدد، ولا يحدث توازن مع أعداد باقي الفئات ومن ثم أصبحت الفئة (٥٠ فأكثر).

ومقارنة درجة القراءة والجنس، يتضح من الجدول رقم ١٩ أن الذكور أكثر قراءة من الإناث، وبهنا إعادة التنويه بأن هذا الجدول يحسن ألا يعتمد عليه كأساس لإيجاد مقارنة حقيقية بين الذكور والإناث، للأسباب السابق ذكرها بشأن تمثيل النساء في العينة. ومع ذلك فهي مجرد محاولة للمقارنة بين أرباب الأسر ورياتها.

الجدول رقم (١٩)
التعرض للمصحف مقارنا بالجنس

المستوى الجنس *	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي (٥)
ذكور	(٪٢٨.٧) ٢٥	(٪١٩.٧) ٢٤	(٪٥١.٦) ٦٣	(١٠٠٪) ١٢٢
إناث	(٪٣٩.٢) ١١	(٪٢١.٥) ٦	(٪٣٩.٣) ١١	(٪١٠٠) ٢٨
إجمالي	(٪٣٠.٧) ٤٦	(٪٢٠) ٣٠	(٪٤٩.٣) ٧٤	(٪١٠٠) ١٥٠

ويظهر الجدول أن أكبر عدد من الذكور من المستوى المرتفع للقراءة (٥١.٦٪) يقابله عدد أقل من الإناث (٣٩.٣٪). كما أن مدى التعرض المنخفض للقراءة في الذكور أقل منه في النساء.

وعلى ضوء البيانات المتقدمة، يمكن أن نخلص إلى ما يلي:

لقد وجدنا، بصفة عامة، أن من يمتلكون (يشتركون) المصحف أكثر قراءة لها من غير المالكين، وأن كمية (فترة) القراءة تتزايد بزيادة السن، والتعليم، والحالة الاقتصادية.

(٥) استبعد عدد ٩٩ فرداً من الجدول لأنهم لا يتعرضون للمصحف.

(٥٥) تم حساب النسبة المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك في المقارنة.

كما أن القراءة تتزايد بسرعة حتى تصل إلى ذروتها في سن ما بين الأربعين والخمسين، ثم تتناقص بعد ذلك بصورة طفيفة. وكذلك فإن العمال أكثر قراءة من الفلاحين، والذكور أكثر قراءة من الإناث.

ومن ثم يمكننا القول بأن مدى تعرض الفرد لوسائل الإعلام يتحدد جزئياً بطريقة الاستقبال، خاصة أو عامة، مباشرة أو غير مباشرة، وبالوسيلة المستخدمة سواء كانت الراديو أو التليفزيون أو الصحافة، وبالخصائص الخلفية للفرد مثل الملكية والمهنة ومستوى الدخل ومعرفة القراءة والكتابة والسن والجنس.

بيانات مقارنة بشأن التعرض لبعض وسائل الاعلام :

هذا وهناك ثلاث دراسات أخرى تعطينا بيانات مقاربية عن تعرض القرويين لوسائل الإعلام. وقد أجريت إحداها في عام ١٩٥٦ والأخرى في عام ١٩٦٠، وكلاهما في قرى المنوفية بالديلتا. وأما الثالثة فقد أجريت في عام ١٩٦٧ في قرية شبرا الجديدة.

ومع أنه هناك اختلاف في ظروف الدراسات الأربع سواء من ناحية عدد وتشكيل أفراد العينة، أو خصائص وعادات أهل القرية.. إلخ إلا أنها تظهر أن هناك زيادة في ملكية الراديو بين سنوات ١٩٥٦، ١٩٧٥ متمشية في ذلك مع الاتجاه القومي والعالمي. وبالرغم من عدم وجود اتجاه واضح في أرقام قراءة الصحف في القرى، إلا أننا نلاحظ إنخفاضاً إلى حد ما في الاتجاه الخاص بمن يستمعون إلى فيرهم ممن يقرأون الصحف لهم.

وفيما يلي بيان مقارنة لتنتائج هذه الدراسات:

(١) تعرض القرويين لوسائل الإعلام خلال سنة	(٢) مليكة	(٣) هاريك	(٤) شامينا ز طلعت
١٩٥٦	١٩٦٠	١٩٦٧	٧٤ - ١٩٧٥
٥٥٪	٧٧٪	٩٧٪	٩٦٪
-	١٧٪	٦١٪	٩٤٪
٢٠٪	٤٣٪	٣١٪	٤٣٪
-	١٨٪	١٧٪	١٦٪

ردود الفعل تجاه وسائل الاعلام :

بعد أن عرضنا لأهم الجوانب المتعلقة بإجراءات ووسائل الدراسة الميدانية يهمننا أن نسأل ماذا كان رد فعل القرويين تجاه وسائل الإعلام؟ يمكننا هنا الافتراض بأنه بينما لوسائل الإعلام مخرجات ضخمة إلا أن استهلاك الفرد العادي لها - كما هو واضح من تفصيله بعض البرامج على غيرها - هو مجرد عملية اختيارية.

وقد تم سؤال أفراد عينة مسح قها أن يذكروا نوع البرنامج الذي يفضلون

(١) El Khatib, 1958, op. cit., pp. 357 - 363.

(٢) مليكة: الجماعات والقيادات في قرية عربية، سرس البليان، مصر، ١٩٦٣، الصفحات ٦٢ - ٦٣.

(٣) Harik, 1974, op. cit., p. 140.

(٤) علامة - تعنى أنه لم يذكر أى رقم عن هذا البيان ومن ثم فإنه لم يتضح فيها إذا كان لم ترد ردود من العينة أو كانت ردودهم بالرفض.

الاستماع إليه أو مشاهدته عن طريق الوسائل الإلكترونية، والأبواب التي يفضلون قراعتها في الصحف.

وبين الجدول رقم «٢٠» ما أوضحناه سلفاً، أن ما يختاره جمهور وسائل الإعلام ويهتم به يمكن تفسيره جزئياً بنوع الوسيلة المستخدمة، فالبرامج الدينية تجذب انتباه المجموعة الأعظم من جمهور الراديو والتلفزيون، بينما تجيء هذه الأبواب أو المقالات الدينية في المرتبة السابعة بالنسبة لقارئ الصحف.

وتحتل البرامج والمقالات السياسية المرتبة الأولى في الصحف^(١) والثانية في الراديو والتلفزيون. وهذا التفضيل العريض للفقرات السياسية في كل وسائل الإعلام يعكس ميل القرويين إلى الانفتاح على العالم الخارجى وأنهم ليسوا منعزلين في مجتمعهم.

وقد أحتلت المشاكل الاجتماعية المرتبة الثالثة بين برامج الراديو والتلفزيون والمرتبة الثانية بين الوسائل المطبوعة (الصحف). وهذا الاهتمام بالذات له مغزى اجتماعى وسياسى. وذلك لأن شغل وقت الفراغ قد يكون له تأثير تكاملى على مجتمع القرية. وقد تكون المشاكل الاجتماعية التى تعرضها وسائل الإعلام نوعاً من التعليم (تعليم بديل) "Vicarious" للقرويين، حيث قد توصله لهم، الرسائل الظاهرة "Overt" لى برنامج كثيراً من المعانى الخفية "Covert"، وعندما يملأ القرويين وقت الفراغ فى التمرض لوسائل الإعلام، فإن قادة الرأى يكونوا بذلك قد نقلوا إليه قيما جديدة، إذ أن القرويين يستوعبون الأفكار الجديدة بطريقة لا شعورية، غالباً، وهم يشاهدون المسرحيات والأفلام والمنوعات التى يعرضها التلفزيون. وعلى سبيل المثال، قدم التلفزيون إلى جماهير الريف مشاهد من حياة المدينة التى تعكس، ضمن أشياء أخرى، إتجاهاً تحرورياً فى علاقة الرجل بالمرأة سواء فيما قبل الحياة الزوجية أو أثناءها.

(١) يؤكد هذا الرأى ما كتبه مليك فى عام ١٩٦٣، المصدر السابق، ص ٦٨، والخطيب ١٩٥٨،

فى المصدر السابق ص ٣٥٩، وBarik فى عام ١٩٧٤ فى المصدر السابق ص ١٤١.

هذا ويسهم تنظيم وقت الفراغ بواسطة وسائل الإعلام كأحد جوانب التغيير الثقافي فيما يلي:

١ - تحقيق الانسجام الثقافية الموحدة في كل أنحاء الدولة.

٢ - وصل الفجوة بين المجتمعات المحلية والقومية.

٣ - نشر الرسائل السياسية والأيدولوجية^(١).

هذا ويمكن أن نستنتج من الدراسة الميدانية نتيجة أخرى ذات دلالة مؤداها أن البرامج الريفية المصممة خصيصاً لجماهير القرى لا تلقى قبولا كبيراً، فالبرامج الريفية احتلت المرتبة الرابعة بين برامج الرانيو، والمرتبة الخامسة بين برامج التليفزيون، والمرتبة السادسة بين أبواب الصحافة. وهذا الترتيب يدل، بالإضافة إلى ما ذكرناه، على أن أفضليات القرويين لا تختلف كثيراً عن أفضليات سكان الحضر.

وقد قرر من يتتبعون الأخبار الريفية أنهم يفتقرون ذلك بفرض معرفة السياسة الزراعية القومية واتجاهات أسعار المحاصيل أكثر من استهدافهم تعلم طرق جديدة في مجال الزراعة.

ومن النتائج الهامة والمثوقة أيضاً، أنه بالرغم من الجهود التي بذلتها الدولة لبدء حملة تنظيم الأسرة وحملة مكافحة الأمية، فإن هاتين الفقرتين قد احتلتا ذيل قائمة أفضليات الجمهور. وسوف نناقش هذا الموضوع، بصورة أكثر تفصيلاً، فيما بعد عندما نتناول هاتين المشكلتين.

وقد ظهر بوضوح من هذا الجزء من الدراسة الميدانية، أنه في كل الوسائل الثلاث، احتلت البرامج الخاصة بالمشاكل الريفية والسياسية مرتبة مرتفعة وتلتها البرامج الخاصة بالمشاكل الاجتماعية والبرامج الدينية.

(1) Harik, 1974, op. cit., p. 141.

الجدول رقم (٢٠)

أفضليات الابواب والبرامج الاعلامية

الابواب والبرامج	الوسائل	الرايو	التلفزيون	المصحف
الاخبار السياسية والعالمية والاخبار المحلية	٨٦ (٣٦.١٪)	٤٠ (٣٦.١٪)	٨٣ (٥٥.٣٪)	
المشاكل الاجتماعية	١٦ (٦.٧٪)	١٦ (١٠.٤٪)	٣١ (٢٠.٧٪)	
تنظيم الأسرة	٥ (٢.١٪)	٤ (٢.٦٪)	٢ (١.٣٪)	
اخبار العمال	٢ (٠.٨٪)	٢ (٢٪)	٥ (٣.٣٪)	
الاخبار الزراعية	٨ (٢.٤٪)	٧ (٤.٥٪)	٥ (٣.٣٪)	
الاخبار الثقافية والتطعيمية	-	٧ (٤.٥٪)	١٠ (٦.٧٪)	
الاخبار الدينية	١٠٨ (٤٥.٤٪)	٥٩ (٣٨.٣٪)	٣ (٢.١٪)	
مكافحة الامية	٥ (٢.١٪)	٤ (٢.٦٪)	٢ (١.٣٪)	
برامج أخرى (الفن والترفيه)	٨ (٢.٤٪)	١٤ (٩.١٪)	٩ (٦٪)	
إجمالي (هـ)	٢٢٨ (١٠٠٪)	١٥٤ (١٠٠٪)	١٥٠ (١٠٠٪)	

والاسباب التي أبداهها أفراد العينة لأفضلياتهم، كما يظهرها الجدول رقم ٢١، تعكس نخباً سياسياً واضحاً واهتماماً اجتماعياً في القرية، وتعرضاً لطرق جديدة للحياة، وتطوراً من المستوى الفردي إلى المستوى القومي وإلى المستوى الدولي.

وعلاوة على ذلك، فإن الاسباب التي أبداهها أفراد العينة بشأن أفضلياتهم

(هـ) اقتصر الرد على السؤال الخاص بأفضليات البرامج والمقالات على الأفراد الذين يتعرضون لوسائل الإعلام وهم مستمعو الراديو ٢٢٨ فرد ومشاهدو التلفزيون ١٥٤ فرد وقراء المصحف ١٥٠ فرد.

تعكس الرغبة من جانبهم فى المشاركة فى لوجه نشاط الحياة وفى مشاركتها. وأن وسائل الإعلام لا تعنى بالنسبة لهم مجرد وسيلة للتصليية فقط وإنما هى أساساً وسيلة للتزود بالمعرفة وتحسن ظروف المجتمع. ويشير الجدول رقم ٢١ إلى أن أكبر عدد من مشاهدى التلفزيون، بنسبة ٦٠.٤٪، صرحوا بأن أهم أسباب تقصيلهم برامج على برامج أخرى هو أن البرامج المفضلة تبين لهم طرقاً جديدة للحياة. بينما نجد أن أكبر عدد من مستمعى الراديو، بنسبة ٧٥.٢٪، وأكبر عدد من قراء الصحف، بنسبة ٦٨.٧٪، صرحوا بأن أهم أسباب تقصيلهم برامج على برامج أخرى هى أنها تعطيلهم معلومات جديدة.

الجدول رقم (٢١)

اسباب المفضليات الابواب والبرامج الاعلامية

الأسباب	الأبواب والبرامج	الراديو	التلفزيون	الصحف
لأنها تبين لنا طرقاً جديدة للحياة	٣٠ (١٧.٦٪)	٩٣ (٦٠.٤٪)	٣٩ (٢٦٪)	
تعطى معلومات جديدة	١٧٩ (٧٥.٢٪)	٤٤ (٢٨.٦٪)	١٠٣ (٦٨.٧٪)	
تمالج للمشاكل اليومية	٢٧ (١١.٤٪)	٣ (١.٩٪)	٢ (١.٣٪)	
طريقة	١ (٠.٤٪)	١٢ (٧.٨٪)	٢ (١.٣٪)	
للتصليية	١ (٠.٤٪)	٢ (١.٣٪)	٤ (٢.٧٪)	
أسباب أخرى	-	-	-	-
إجمالي (٢)	٢٣٨ (١٠٠٪)	١٥٤ (١٠٠٪)	١٥٠ (١٠٠٪)	

(٥) اقتصر هذا الجدول على مستمعى الراديو ومشاهدى التلفزيون وقراء الصحف.

وبالنسبة لدى مساهمة وسائل الإعلام (الراديو والتلفزيون والصحافة) في تعليم الجمهور، أظهر الجدول رقم ٢٢ إيجابية كاملة في هذا الموضوع حيث تراوحت إجابات أفراد العينة بين ٩١٪-٩٤٪ بإثباتها مفيدة في التعليم. كما قرر أفراد العينة أنهم يتعلمون فعلاً مما يرون أو يسمعون أو يقرأون في وسائل الإعلام، وهذا الإجماع يؤكد للمرة الثانية دور الإعلام في عملية التعليم ونشر المعلومات.

الجدول رقم (٢٢)

التعلم من وسائل الاعلام

البيان	الوسيلة	الراديو	التلفزيون	الصحف
يتعلم	٢٢٤ (٩٤.٢٪)	١٤٥ (٩٤.٢٪)	١٣٧ (٩١.٤٪)	
لا يتعلم	١٤ (٥.٨٪)	٩ (٥.٨٪)	١٣ (٨.٦٪)	
إجمالي (٥)	٢٣٨ (١٠٠٪)	١٥٤ (١٠٠٪)	١٥٠ (١٠٠٪)	

وحول مساهمة وسائل الإعلام في إرضاء رغبات الناس، يظهر الجدول رقم ٢٣ أن ٩٩.٧٪ من مستعمي الراديو، ٩٠.٣٪ من مشاهدي التلفزيون، ٩٣.٣٪ من قراء الصحف يرون أن وسائل الإعلام ترضى رغبات الناس. كما يبين الجدول بعض المؤشرات المثيرة الهامة عن وسائل الاتصال والمعلومات التي تقدمها.

هذا وتحدد طبيعة ووظيفة كل وسيلة المعلومات أو الموضوعات المتوقعة الحصول عليها منها. وعلى سبيل المثال، فإنه لأهمية التلفزيون كوسيلة تعرض المعلومات المفيدة نذكر ٩٤.٢٪ من المشاهدين أنه تتقصد المعلومات المفيدة، وهي ثالث

(٥) اقتصر هذا الجدول على مستعمي الراديو ومشاهدي التلفزيون وقراء الصحف.

النسب الكبيرة من إجابات العينة، في حين قلت النسبة الراديو والصحافة (٢,٥ ٪، ٠,٧ ٪، على التوالي).

كذلك نجد أن ١٧,٥ ٪ من مشاهدي التلفزيون يرون اقتتار برامجهم إلى المعلومات السياسية بينما لا تتجاوز نسبة من يرون نفس الشيء من قراء الصحف ٠,٧ ٪ ومن مستمعي الراديو ٢,١ ٪. ويعني هذا أن كلا من الصحافة والراديو قد استخدمنا الأفكار السياسية في حين أن التلفزيون، وهو الوسيلة الإعلامية الأحدث، ليس قادر على القيام بهذه المهمة.

الجدول رقم (٢٣)

وسائل الإعلام وارضاء ورغبات الجمهور

الوسيلة	الراديو	التلفزيون	الصحف	إرضاء الرغبات
	١٦٦ (٦٩,٧ ٪)	٩١ (٥٩,٣ ٪)	٩٥ (٦٢,٣ ٪)	نعم ترضى رغبات الناس
	٤ (١,٧ ٪)	٧ (٤,٥ ٪)	٤ (٢,٦ ٪)	يتقصها معلومات زراعية
	٥ (٢,١ ٪)	٢٧ (١٧,٥ ٪)	٩ (٥,٧ ٪)	يتقصها معلومات سياسية
	٤ (١,٧ ٪)	٣ (١,٩ ٪)	١٠ (٦,٧ ٪)	يتقصها معلومات مهنية وعالية
	-	-	-	يتقصها أخبار خارجية عن العالم
	-	-	-	يتقصها الرأي الصريح
	٤ (١,٧ ٪)	-	٢ (١,٣ ٪)	يتقصها معلومات ثقافية وفن وادب
	٤٩ (٢٠,٦ ٪)	٤ (٢,٥ ٪)	٩ (٥,٧ ٪)	يتقصها معلومات دينية
	٦ (٢,٥ ٪)	٢٢ (١٤,٣ ٪)	٩ (٥,٧ ٪)	يتقصها المعلومات المفيدة
إجمالي (٥)	٢٣٨ (١٠٠ ٪)	١٥٤ (١٠٠ ٪)	١٥٠ (١٠٠ ٪)	

(٥) اقتصر هذا الجدول على مستمعي الراديو ومشاهدي التلفزيون وقراء الصحف

كذلك يمكن أن يفسر رأى ٦٠.٢٪ من افراد العينة ان الراديو يفتقر الى المعلومات النيشية علي ان الصحافة والتلفزيون تعتبر أنوات افضل لهذه المهمة . وتجد بعض هذه النتائج تليدا من جانب بعض الباحثين في هذا الميدان مثل ليرنر "Lerner" ومثل بول "Pool" (١) . اذا يعتقد كلاهما ان الراديو اداة سياسية مؤثرة بينما ان التلفزيون سيمستمر النظر اليه لفترة من الوقت ، علي انه وسيلة للتسلية.

هذا وقد اظهرت بيانات المسح عن قها حقائق أخرى ممتعة وتناقض مع المخاوف التي أرجعها الكثيرون الى التأثير السيئ لوسائل الاعلام وخاصة التلفزيون. فقد بينت الأرقام في الجدول رقم ٢٤ أن حوالي ٨٥.٢٪ يوافقون على أن تأثير التلفزيون على جماهيره حسن وحسن إلى حد ما وحسن جدا وذلك في مقابل ٧٪ فقط يعتقدون أن هذا التأثير سيء وسيء إلى حد ما، وسيء جداً. بينما صرح ٧٠.٥٪ بأن التلفزيون غير ذي تأثير. وقال ١٠.٣٪ أنهم لا يعرفون إذا كان للتلفزيون أي أثر. ومن بين مستمعي الراديو يعتقد ٩٦.٣٪ بأن الراديو تأثير حسن على جمهوره، بينما يعتقد ٢٪ أن هذا التأثير ضار (٢)، وقال ١٠.٧٪ أنهم لا يعرفون. أما بالنسبة لقراء الصحف فإن ٨٥.٢٪ قالوا أن الصحافة مفيدة لقراءها بينما قال ٢.٢٪ أنها ضارة (٣)، وقال ٠.٤٪ أنها غير ذات أثر، وصرح ١٢.١٪ بأنهم لا يعرفون.

وتوضح هذه الأرقام ثقة الناس في وسائل الإعلام وإيمانهم بها . وهذه النتيجة تجعل الأمر سهلا على الحكومة وأجهزتها في أن تبذل التغيير الموجه من أجل التنمية. كما أنها تلقى بمسئوليات إضافية على وسائل الإعلام ذاتها. وقد يكون بحثنا هذا اختباراً لمدى فاعلية وسائل الإعلام في الإسهام في عملية التنمية إذ ما أخذناه في إعتبارنا واستخدمنا بياناته واستنتاجاته على المشروعات التي تستهدف التنمية الاجتماعية في مصر.

(1) See Lerner, 1958, op. cit., p.213.

See pool, 1963, op. cit., p. 234.

(١) تأثير حسن نعتي به هنا تأثير حسن وحسن إلى حد ما وحسن جداً، وتأثير ضار نعتي به تأثير سيء وسيء إلى حد ما وسيء جداً.

(٢) تقصد بمفيدة أن تأثيرها حسن وحسن إلى حد ما وحسن جداً، وتقصدها بأنها ضارة أن تأثيرها سيء وسيء إلى حد ما وسيء جداً.

فتظهر بيانات مسح قها الثقة التي أولها أفراد العينة لوسائل الإعلام كأداة للتنمية. وهذه الثقة بمثابة شهادة في صف الحكومة إذ هي التي تنظم - وإن كان من بعيد - ممارسة وسائل الإعلام لحررها. ولدراسة دور وسائل الإعلام في التنمية، فقد اقتصرنا في بحثنا هذا على رسائل الصحافة والراديو والتلفزيون، حيث الحكومة تنظم بعض أعمالها من ناحية تعيين بعض المسؤولين من إدارتها مثلاً، كما أن كل برامج ومشروعات التنمية القومية تخضع للحكومة من ناحية أخرى.

الجدول رقم (٢٤)

تأثير وسائل الإعلام على جمهورها

التأثير	الوسيلة		الصف
	الراديو	التلفزيون	
حسن	١٤٩ (٥٩.٨٪)	١٤١ (٥٨٪)	١٣٧ (٥٩٪)
حسن جداً	١٧ (٦.٨٪)	٣٤ (١٤٪)	١٥ (٦.٥٪)
حسن إلى حد ما	٧٤ (٢٩.٧٪)	٣٢ (١٣.٢٪)	٤٦ (١٩.٨٪)
سوء	٢ (٠.٨٪)	٣ (١.٣٪)	٢ (٠.٩٪)
سوء جداً	٢ (٠.٨٪)	١ (٠.٤٪)	٢ (٠.٩٪)
سوء إلى حد ما	١ (٠.٤٪)	١ (٠.٤٪)	١ (٠.٤٪)
ليس له تأثير	-	٦ (٢.٥٪)	١ (٠.٤٪)
لا أعرف	٤ (١.٧٪)	٢٥ (١٠.٣٪)	٢٨ (١٢.١٪)
إجمالي (هـ)	٢٤٩ (١٠٠٪)	٢٤٣ (١٠٠٪)	٢٣٢ (١٠٠٪)

هذا وتكرر هنا ما سبق أن أوضحناه من أننا استبعدنا وسيلتين أخريين من وسائل الإعلام من خطة بحثنا وهما السينما والكتاب، مع أن لهما خطورتها المعروفة وأثرهما الكبير في التنمية ولكن في مجال آخر أكثر من ارتباطه بمجال قرية من

(هـ) تم طرح هذا السؤال على كل أفراد العينة، ولكن لم يجب ٦ أفراد على السؤال الخاص بتأثير التلفزيون ولم يجب ١٧ فرداً على السؤال الخاص بتأثير الصحافة.

القرى المصرية. وقد يكون هذا المجال هو المدينة أو عاصمة المحافظة أو عاصمة النوبة كلها، حيث يزداد إقبال الجماهير على مشاهدة الأفلام الطويلة المصرية والأجنبية، وحيث يقبل الناس في غالبيتهم على اقتناء الكتاب وقراءته.

ومما لا شك فيه أن التعرض للسينما في القرى المصرية ضعيف إلى حد كبير، بسبب افتقار معظمها إلى الكهرباء وإذا تذكرنا هنا قوافل السينما المتحركة فإننا نجد أنها لا تقدم عروضها إلا على فترات طويلة ومتباعدة. وحتى إذا ما قدمت هذه القوافل لود العرض بعض الأفلام التسجيلية التي يمكن أن تساعد في التنمية فإننا نجد أن أثر هذه الأفلام ضئيل ولا يساعد في الفاعلية التامة للدراسات التي تجرى في هذا المجال.

وأما عن الكتاب فمن البديهي أنه على الرغم من خطورته كوسيلة هامة من وسائل الإعلام إلا أن لا قيمة له على الإطلاق في معظم القرى، حيث قد تتراوح نسبة الأمية بين ٩٥.٧٠ ٪ في كثير من القرى .

النشر المباشر للرسائل الإعلامية:

إن إبلاغ الأصدقاء بضمون الرسائل الإعلامية التي لم يروها أو يسمعوها بتفسيهم يعتبر عادة من العادات الاجتماعية الشائعة التي تزيد من تدعيم قدرات الرسالة الأصلية^(١).

وتشير بعض الدراسات السابقة والبحوث التي أجريت على مجموعات صغيرة إلى أن الرسائل تنقل غالباً بين الأفراد عبر خطوط اجتماعية، بمعنى أنها تنتقل بين الأصدقاء ذوي الاهتمامات الواحدة وذوي الآراء الواحدة، وهذه الصداقة ووحدة الاهتمامات ووحدة الآراء قد توفر ميداناً مثالياً للنشر المباشر لضمون الرسائل الإعلامية الذي يخلق بالتالي نوعاً ثانوياً من التعرض الاختياري للرسائل الإعلامية^(٢). وبذلك يزداد عدد الجمهور الذي تعمل الرسالة إليه أصلاً من طريق الوسائل الإعلامية.

وقد وجد بيريلسون ولزار سفليد وما كفي، أن التعرض لوسائل الإعلام يؤثر أيضاً في المتغيرات الوسيطة مثل خلق الاهتمام والمناقشة. كما وجدوا أن المناقشة السياسية تمارس، غالباً، بواسطة الأشخاص ذوي الرؤية المتشابهة^(٣).

(1) Klapper, 1961, op. cit., p. 31.

(2) Katz and Lazarsfeld, 1955, op. cit., p. 94.

(3) Berelson, Lazarsfeld and Mc Phee, 1954, op. cit., pp. 46-48.

وتبين البيانات التي حصلنا عليها من مسح قها أن معظم أفراد العينة يناقشون مع آخرين البرامج التي يشاهدونها ويسمعونها من خلال الوسائل الإلكترونية والمقالات التي يقرأونها في الصحف.

الجدول رقم (٢٥)

المناقشات الشخصية لبرامج وسائل الإعلام

المناقشة (٥)	برامج الوسائل	الرايـو	التلفزيون	الصحف
١ - لا أناقشها	٤٠ (١٦.٨٪)	٣٦ (١٦.٩٪)	١٩ (١٢.٧٪)	
٢ - لأقربى وعائلي	٧٢ (٢٠.٢٪)	١٠٩ (٢٧.٨٪)	٣٩ (٢٦٪)	
٣ - أصدقاء	١١٠ (٤٦.٧٪)	١٦ (١٠.٥٪)	٧٩ (٥٢.٧٪)	
٤ - مع مسئولين	٥ (٢.١٪)	١ (٠.٦٪)	٧ (٤.٦٪)	
٥ - مع آخرين	١٠ (٤.٧٪)	١ (٠.٦٪)	٥ (٣.٣٪)	
٦ - مع أكثر من اختيار	١ (٠.٤٪)	١ (٠.٦٪)	١ (٠.٧٪)	
إجمالي (٥٥)	٧٣٨ (١٠٠٪)	١٥٤ (١٠٠٪)	١٥٠ (١٠٠٪)	

ويشير الجدول رقم (٢٥) إلى أن معظم أفراد العينة يناقشون ما يسمعون وما يرون وما يقرأون في وسائل الإعلام مع أصدقائهم وعائلاتهم. أما الذين لا يناقشون مع الآخرين ما تعرضوا له من وسائل الإعلام فبلغت نسبتهم ١٦.٨٪ فقط من مستمعي الرايـو، ١٦.٩٪ من مشاهدي التلفزيون، ١٢.٧٪ من قراء الصحف. وكذلك تشير الأرقام إلى أن المناقشات مع العائلات والأصدقاء قد احتلت المرتبة الأولى والثانية بين فئات المناقشة الأخرى في قائمة الفئات في كل

(٥) اقتصر هذا الجدول على من يتعرضون للوسائل المختلفة .

(٥٥) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك المناقشة والتحليل.

الوسائل الثلاث. ومن ذلك يمكن أن نستنتج أن أفراد عينة الدراسة في قها يستخدمون ما يتعرضون له بواسطة وسائل الإعلام كموضوعات في التفاعلات الاجتماعية. وهذا بالتالى يؤكد الطبيعة الاجتماعية بما فيها من ألفة ومودة. وتظهر المناقشات بوضوح رغبة أفراد عينة البحث في تأكيد ما يتعرضون له، وتعكس اتجاهاً إيجابياً وميلاً إهبيلاً نحو المشاركة.

وعليه فإن ما ذكره ووجرز بخصوص وسائل الإعلام يبدو أنه قابل للتطبيق على تجربة قها. ذلك أنه يقول أن لدى وسائل الإعلام إمكانية مضاعفة الجهود التي تؤدي بالجمهور التقليدية إلى المصرية، خاصة عندما تتحد وسائل الإعلام مع الإتصال المباشر في مجموعات صغيرة للمناقشة^(١).

ومن النتائج الهامة الأخرى لدراستنا أن معظم هؤلاء الذين تعرضوا للراديو أن التلفزيون سمعوه أو شاهدوه في مجموعات. كما تظهر البيانات أن الناس يستمعون إلى الراديو سويأ ليس بسبب نقص أو عدم وجود أجهزة راديو، ذلك أن حوالي ٩٢.٦٪ منهم يمتلكون الأجهزة، ولكن يفتون ذلك كنزعة اجتماعية في القرية. ويشير الجدول رقم ٣٦ (١) إلى أن نسبة ٧٥.١٪ من مستمعي الراديو الذين هم أيضاً يمتلكون أجهزته يستمعون في مجموعات، بينما ١٦.١٪ من ملاك الراديو يستمعون وحدهم.

كذلك يشير الجدول رقم ٣٦ (ب) إلى أن المشاهدة الجماعية للتلفزيون هي سمة مميزة للمشاهدين من أفراد العينة كما تتضح من نسبة ٦١.٤٪ من العينة. ويصور الجدول أن من بين نسبة ٢٤.١٪ الذين يمتلكون أجهزة تلفزيون يشاهده ٢٢.٣٪ (من العينة) في مجموعات.

ومن النتائج السابق الإشارة إليها فإن الراديو والتلفزيون قد يمكن إعتبارهما مصدرين للتسلية والأخبار في اجتماعات تتم بالقرية وكثيراً ما يطلق

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 101.

عليها إجتماعات السامر. وبالتالي فهي قد حلت، إلى حد كبير، محل شاعر القرية التقليدي.

وإلى جانب التسلية والأخبار فإنه تتم مشاهدة جماعية للتلفزيون واستماع جماعي للراديو وذلك للبرامج السياسية أيضاً. وعلى سبيل المثال فإنه يستمع إلى خطب الرئيس السادات في مجموعات في قها.

الجدول رقم (١٢٦)

الملكية مقارنة بالاستماع الجماعي للراديو

الاستماع الملكية	غير مستمعين	يستمعون بمفردهم	يستمعون مع آخرين	إجمالي
لا يمتلكون الراديو	(٢٪) ٥	(- ٪) -	(٤.٤٪) ١١	(٦.٤٪) ١٦
يمتلكون الراديو	(٢.٤٪) ٦	(١٦.١٪) ٤٠	(٧٥.١٪) ١٨٧	(٩٢.٦٪) ٢٢٣
إجمالي	(٤.٤٪) ١١	(١٦.١٪) ٤٠	(٧٩.٥٪) ١٩٨	(١٠٠٪) ٢٤٩

ويرى محمود عوده أن المكان الذي يمارس فيه القرويون استماعهم الإذاعي يحتمل وضعين غالباً، إما أن تكون أجهزة الراديو محدودة والجمهور عريض مما يترتب عليه أنهم يستمعون دائماً في جماعات صدائة أو قرابة أو جيرة أو في مكان

(٥) ثم ضم غير المستمعين إلى هذا الجدول حيث لاحظنا أن بعض ملاك الراديو مازالوا غير مستمعين له.

(٥٥) نسب كافة أرقام هذا الجدول إلى إجمالي عدد العينة (٢٤٩) وذلك لأهمية حصر وبيان الملكية والاستماع والنسبة لإجمالي العينة.

عام كمحال البقالة أو المقاهي، وإما أن تكون ملكية هذه الأجهزة منتشرة وعريض مما يترتب عليه أن يكون طابع الاستماع فردياً أو أسرياً محدوداً (١).

ولكننا نرى أن طبائع وعادات أهل الريف تعتبر عاملاً جوهرياً في تحديد أماكن الاستماع يفوق عامل الملكية للراديو - الذي نكره محمود عوده - أهمية. ذلك أن من عادة أهل القرية أن يجلسوا معاً بعد أوقات العمل، وأحياناً ما يكون هذا اللقاء في منزل أحدهم. وعلى ذلك فإننا نجد أن الجلسات الجماعية للاستماع لا تتمتع، عادة، بسبب أن البعض لا يمتلك أجهزة راديو وإنما تتم يومياً بحكم العادات والتقاليد. وما يؤكد رأينا هو أن أكثر أهل القرية التي قمنا دراستها يمتلكون أجهزة راديو ومع ذلك يتسمعون جماعياً إلى الإذاعة، ويظهر ذلك في الجدول رقم ٢٦ (أ).

الجدول رقم (٢٦ ب)

الملكية مقارنة بالتعرض الجماعي للتلفزيون (٥).

الملكية	التعرض			
	غير مشاهدين	يشاهدون بمفردهم	يشاهدون مع آخرين	إجمالي
لا يمتلكون التلفزيون	(٢٥.٧٪) ٨٦	(٢.١٪) ٥	(٢٨.١٪) ٩٢	(٧٥.٩٪) ١٨٣
يمتلكون التلفزيون	(٠.٤٪) ١	(٠.٤٪) ١	(٢٢.٣٪) ٥٦	(٢٤.١٪) ٥٨
إجمالي	(٣٦.١٪) ٨٧	(٢.٥٪) ٦	(٦١.٤٪) ١٤٨	(١٠٠٪) ^{٥٥} ٢٤١

(١) حودة: ١٩٧١ (سبق لكره) ص ٢١٦.

(٥) تم أخذ جميع أفراد العينة في الحساب مع استبعاد ٨ أفراد من هذا الجدول.

(٥٥) نسبت أرقام هذا الجدول إلى إجمالي عدد الذين أجابوا (٢٤١) وذلك لأهمية حصر وبيان الملكية والمشاركة بالنسبة لهذا الإجمالي.

وعلى ذلك فقد طلبنا من أفراد عينة الدراسة في قها أن يشيروا إلى الأماكن التي يتجمعون فيها سوياً ليستمعوا إلى الراديو أو لمشاهدوا التلفزيون.

وعلى العكس من الراديو الذي يكن أن يصل إلى حيث يذهب الإنسان، فإن برامج التلفزيون غالباً ما يتم مشاهدتها في أماكن اجتماعية.

ويشير الجدول رقم ٢٧ (أ) إلى أنه من بين أفراد العينة يوجد ٨٣.٣٪ من مستمعي الراديو يستمعون في مجموعات، كما أن من أفراد العينة ١٥.٢٪ يستمعون في أماكن عامة، ٥٨.٤٪ يستمعون في المنازل، ٩.٧٪ يستمعون جماعياً في أماكن العلم وعلى الأخص بالنسبة لطلاب الرئيس السادات، وكذلك يشير الجدول نفسه إلى الجدول رقم (٢٧) أ

الاستماع الجماعي إلى الراديو مقارناً بأماكن الاستماع (*)

المكان الاستماع	(٥٥) أماكن عامة	المنازل	العمل	إجمالي
استماع منفرد	(١.٦٪) ٤	(١٣٪) ٣١	(٢.١٪) ٥	(١٦.٧٪) ٤٠
استماع مع آخرين	(١٥.٢٪) ٣٦	(٥٨.٤٪) ١٣٩	(٩.٧٪) ٢٣	(٨٣.٣٪) ١٩٨
(٥٥٥) إجمالي	(١٦.٨٪) ٤٠	(٧١.٤٪) ١٧٠	(١١.٨٪) ٢٨	(١٠٠٪) ٢٣٨

(٥) استبعد ١١ من أفراد العينة من هذا الجدول لأنهم من غير المستمعين.

(٥٥) الأماكن العامة هنا تتضمن: المقهى، الدوار، المجمع الثقافي، محل الحلاق أو البائع، أي مكان علم آخر.

(٥٥٥) تم نسبة كافة الأرقام إلى الرقم الإجمالي (٢٣٨) لأهمية ذلك.

أنه بالرغم من أن نسبة ٤.٨٨٪ من مستمعي الراديو يستمعون إليه في المنازل إلا أنهم يفعلون ذلك في مجموعات. كما تبين لنا أن الاستماع الجماعي يمثل حوالي خمسة أضعاف الاستماع المنفرد (١٦.٧)، الأمر الذي يتمشى مع الطبيعة الاجتماعية للمصريين التي تتميز، عادة، بالآلفة والمودة.

وفيما يتعلق بالمكان المشاهدة الجماعية لبرامج التلفزيون، يظهر الجدول رقم ٢٧ (ب) أن ٩٦.١٪ من مشاهدي التلفزيون يشاهدونه في مجموعات، كما أن ٩.٧٪ يشاهدونه جماعياً في أماكن عامة، ٤.٣٦٪ يشاهدونه جماعياً في المنازل. وهذه المجموعات قد تتكون من عائلاتهم أو من أصدقائهم. وعلى غرار الراديو فإن هذه الحقيقة، ارتفاع نسبة المشاهدين الجماعية عن الفردية، تشير إلى المجتمع المصري الذي يتسم بالآلفة والمودة.

الجدول رقم (٢٧ ب)

التعرض الجماعي الي التلفزيون مقارنة بامكان التعرض (*)

إجمالي	المنزل	(٥٥) أماكن عامة	المكان التعرض
(٣.٩٪) ٦	(١.٣٪) ٢	(٢.٦٪) ٤	مشاهدة منفردة
(٩٦.١٪) ١١٨	(٣٦.٤٪) ٥٦	(٥٩.٧٪) ٩٢	مشاهدة مع آخرين
(١٠٠٪) ١٥٤	(٣٧.٧٪) ٥٨	(٦٢.٣٪) ٩٦	(٥٥) إجمالي

(*) تم استبعاد ٩٥ فرداً من أفراد العينة من هذا الجدول منهم ٨٨ من غير مشاهدي التلفزيون وسبعة لم يجيبوا على هذا السؤال.

(٥٥) الأماكن العامة هنا تتضمن: المقهى - المجمع الثقافي - مكان عام آخر.

(٥٥٥) تم نسبة كافة الأرقام إلى الرقم الإجمالي (١٥٤) لأهمية ذلك.

وتوضح هذه الجداول أكثر من ذلك، فهي تبين أن الاستماع الجماهري إلى الراديو أو المشاهدة الجماهيرية للتلفزيون تتعلق ببعض الخصائص الخلفية لأفراد العينة (السن-التطعيم-المهنة) بكثير من تعلقها بملكية الوسيلة الإعلامية.

وتذكرنا هذه النتائج بالتجارب التي أجريت على نواحي الاستماع في كوستاريكا والهند بواسطة روي "Roy" وآخرين^(١)، وفي الهند بواسطة نوويرث "Neurath"^(٢) وبات "Bhatt" وكريتنا موري "Krinamoorthy"^(٣).

ولقد تبنت منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة "UNESCO" طريقة نواحي الاستماع "Radio Forums" وقامت بتجربتها في عدد من دول أفريقيا، و طبقاً لرأي روي، وويسانن، وروجرز، فإن نواحي الاستماع قد أحدثت معظم التغيير لصالح التنمية. ولقد أكد نوويرث في دراسته على قيمة المناقشات التي تتم في نواحي الاستماع في زيادة المعرفة بالأفكار المستحقة.

ولقد كانت تجربة بات وكريتنا موري في بونا "poona" ناجحة للغاية لدرجة أنه تم إنشاء ١٤٥ نادي استماع في عام ١٩٥٦ أصبح عددها الآن ١٠,٠٠٠ نادي، ومن المتوقع أن تزيد في المستقبل لتصل إلى ٢٥,٠٠٠ نادي استماع.

وفي ضوء نجاح تجربة نواحي الاستماع، والاستفادة من ميل الناس نحو الاستماع الجماهري في مصر، تقوم إدارة الثقافة الجماهيرية بوزارة الثقافة بتنظيم نواحي الاستماع والمشاهدة في القرى ومن بينها قها. كذلك أسست هيئة الاستعلامات عام ١٩٧٥ نواحي المشاهدة. ولقد اختيرت البرامج المادية للتلفزيون حتى الآن للمشاهدة الجماهيرية في مواسم المحافطات، ولكن الخطة النهائية هي أن تكون لهذه النوادي برامج مخططة بشكل خاص. وسوف تكون هذه البرامج عامة وسياسية واجتماعية وأيضاً برامج محددة، وتنقل إلى مناطق مختلفة، بحيث تغطي هذه البرامج على موضوعات تتفق والخصائص الجغرافية والاقتصادية للمنطقة التي يذاع لها البرامج.

(1) Roy et al, 1968, op. cit.

(2) Neurath, 1963, op. cit.

(3) UNESCO, Report, 1965, op. cit.

أما بالنسبة لقارئى الصحف فإن الوضع يختلف عن وضع مستمعى الراديو ومشاهدى التلفزيون. هؤلاء الذى يقرأون الصحف بأنفسهم أو يقرأها لهم غيرهم سائلناهم أين يقومون بهذا النشاط؟ ويوضح الجدول رقم ٢٨ أن معرفة القراءة والكتابة هو عنصر جوهري يؤثر فى مدى التعرض للصحف. فقد بلغت نسبة القراءة المباشرة ٧٧.٧٪، وأن ٤٤.٧٪ من العينة المتعرضين للقراءة المباشرة يقرأون فى المنزل. وبمقارنة هذه النتائج نجد أن النسبة الإجمالية للقراءة بالمنزل وقدرها ٦١.٤٪ تتجاوز بكثير القراءة فى الأماكن العامة التى بلغت نسبتها ١٨.٦٪ أو القراءة فى مكان العمل ونسبتها ٢٠٪.

الجدول رقم (٢٨)

أماكن قراءة الصحف مقارنا بطريقة القراءة (٥)

المكان الطريقة	(٥٥) أماكن عامة	المنزل	العمل	إجمالي
قراءة مباشرة	(١٢٪) ١٨	(٤٤.٧) ٦٧	(١٦٪) ٢٤	(٧٧.٧٪) ١٠٩
قراءة غير مباشرة (يقرأ لهم الغير)	(٦.٦٪) ١٠	(١٦.٧٪) ٢٥	(٤٪) ٦	(٢٧.٣٪) ٤١
إجمالي (٥٥)	(١٨.٦٪) ٢٨	(٦١.٤٪) ٩٢	(٢٠٪) ٣٠	(١٠٠٪) ١٥٠

- (٥) تم استبعاد ٩٩ من أفراد العينة من هذا الجدول حيث لم يتعرضوا للصحف.
- (٥٥) الأماكن العامة هنا تتضمن: المقهى، الفوار، المجمع الثقافى - عند البقال أو الحلاق، أو أى مكان عام آخر.
- (٥٥٥) نسبت كافة الأرقام إلى الرقم الإجمالي (١٥٠) لأهمية ذلك.
- (٥٥٥٥) أنظر الملاحظات على الجدول رقم ١٢

وفيما يتصل بملكية الصحف (أى شرائها) والأماكن التى تقرأ فيها فإن الجدول رقم ٢٩ يوضح أن ٦٦٪ من الذين يتعرضون للصحف يقومون بشرائها وأن من بين أفراد العينة ٤٤.٧٪ ممن يمتلكون الصحف يقرأونها فى المنزل، وأن ٨٪ يمتلكون الصحف ويقرأونها فى الأماكن العامة، وأن ١٣.٣٪ يقرأونها فى العمل.

الجدول رقم (٢٩)

أماكن القراءة للصحف مقارنا بملكية الصحف (٥)

إجمالي	العمل	المنزل	(٥٥) أماكن عامة	الأماكن الملكية
				لا يمتلكون
(٢٢٤) ٥١	(٦٠.٧) ١٠	(١٦.٧) ٢٥	(١٠.٦) ١٦	
(٢٦٦) ٩٩	(١٣.٣) ٢٠	(٤٤.٧) ٦٧	(٨) ١٢	ملكون
(١٠٠) ١٥٠	(٢٠) ٣٠	(٦١.٤) ٩٢	(١٨.٦) ٢٨	(٥٥٥) إجمالي

(٥) تم استبعاد ٩٩ من أفراد العينة من هذا الجدول حيث لم يتعرضوا للصحف.

(٥٥) الأماكن العامة تتضمن هنا: المقهى - الدوار، المجمع الثقافى - عند البقال أو الحلاق - أو أى مكان عام آخر.

(٥٥٥) نسبت كافة أرقام الجدول إلى الرقم الإجمالي (١٥٠) لأهمية ذلك.

الخلاصة :

وكما أوضحنا فإن نسبة قراءة الصحف في المنازل نسبة عالية. وهي نتيجة لا تثير الدهشة لأن القراءة قد تعتبر نشاطاً فردياً أكثر منها جماعياً. وفيما عدا القراءة الجماعية الأكثر شيوعاً، في العادة، في المدن عن القرى، فإن الناس تحب دائماً أن تقرأ وحدهما حسبما عبر أحد قراء الصحف.

أظهرت بيانات المسح الخاص بتعرض القرويين لوسائل الإعلام النقاط التالية:

١- إن مدى تعرض الفرد لوسائل الإعلام قد يتحدد جزئياً بطريقة الاستقبال، وبالوسيلة الإعلامية المستخدمة وبالخصائص الخلفية للفرد.

٢ - إن وجود واستخدام وسائل الإعلام بواسطة القرويين في قها ملموس وواسع النطاق.

٣ - إن وسائل الإعلام (الراديو - التلفزيون - الصحف) تتوفر للأفراد بصورة خاصة، وتتفاوت لأسباب معينة، وأنهم يستعملون ما لدى غيرهم بصورة عامة أمران يتواجدان في نفس الوقت في القرية.

٤ - إن العادات الاجتماعية للاستماع إلى الراديو لم تتأثر بامتلاك عدد كبير من الأسر لأجهزة الاستقبال.

٥ - إن مخرجات الوسائل الإعلامية، سواء كانت في شكل رسائل موجهة إلى الأمة كالتقضايا الاجتماعية أو في شكل خدمات كالبرامج الزراعية أو الصحية، قد وصلت الآن إلى القروي العادي من خلال كل الوسائل الإعلامية الثلاث (الراديو والتلفزيون والصحف).

٦ - إن القرويين قد أثبتوا أنهم مثل سكان المدن يقومون بالتمييز بين برامج وسائل الإعلام. وبالإضافة إلى ذلك، فقد أظهروا اهتمامهم بموضوعات مريضة التنوع مما قد يبرهن على أن اتجاه القرويين نحو وسائل الإعلام لا يختلف كثيراً عن المجموعات الاجتماعية الأخرى في المدن.

٧ - وفيما يتصل ببرامج وسائل الإعلام، كانت الأخبار السياسية والبرامج الدينية (والقرآن الكريم) والمشاكل الاجتماعية أكثر أنواع البرامج أفضلية.

٨ - إن المشاكل الاجتماعية قد تزداد وتقلد وتطيق ذات معنى في تسهيل الاندماج السياسي والاجتماعي بين القرية وبين الحكومة.

٩ - إن هناك إجمالاً عاماً بين أفراد عينة البحث على أن وسائل الإعلام مفيدة ونافعة وأن الناس يتعلمون منها.

١٠ - إن أفراد العينة قد أبدوا نوعاً من الثقة في وسائل الإعلام فيما يتعلق بما تقوم به من نقل لموضوعات التنمية. ومن شأن ذلك أن ييسر على الحكومة وأجهزتها إجراء التفسير الموجه في خطة التنمية.

الفصل العاشر

وسائل الإعلام كرادار إجتماعي

من الملاحظ أن الذين يعيشون في مجتمعات تنتشر فيها وسائل الإعلام قد لا يتذكرون أحياناً ما تعلموه من هذه الوسائل. ويقول شرام "Schramm" أن الكتاب المطبوع ظل لمدة ثلاثمائة سنة بمثابة اليد اليمنى للتعليم العام. وحيثما نتاح الصحف فإنها تصبح الوسيلة الرئيسية للإعلام من البيئة التي لا يستطيع الفرد الوصول إليها بحواسه. وفي الحقيقة، فإن كل أجيال البشر قد صاغوا أفكارهم من العالم الخارجي معتمدين بصورة كبيرة على ما تعلموه من الصحف والراديو والتلفيزيون^(١).

ويمكن القول أن كل من شاهد الأفلام أو قرأ النصوص المطبوعة يستطيع أن يلاحظ الآثار العميقة التي تتركها هذه الوسائل. ويقول شرام أيضاً أن المشاهد والشخصيات وحبكة الروايات والتعبيرات مازالت باقية مفعمة بالحياة، قاطعة وواضحة، وتظل جزءاً من الحصيلة التي يستخدمها الإنسان لسنوات طويلة بعد قراءتها أو مشاهدتها. كما أن الآباء يلاحظون، وإن لم يوافقوا في كثير من الأحوال كيف أن أطفالهم يتعلمون من التلفزيون والإعلانات الفئائية والشعارات الكلمات والعادات دون أن يبدوا من جانبهم أية محاولة لتعلمها ودون أن يدركوا أنهم يتعلمون. وفي كلمات أخرى، فإنه بكل خبرتنا مع وسائل الإعلام يمكن أن نقول أن هذه الوسائل سهل أن نتعلم منها إرادياً أو لا إرادياً^(٢).

(1) Schramm, 1964, op. cit., p. 127

(2) Douglas Waples, Bernard Berelson, and Franklin Bradshaw, *What Reading does to People*, Chicago: University of Chicago press, 1940.

Carl Hovland, "The effects of the Mass Media of Communication" in Gardner Lindzey, ed. *Handbook of Social Psychology*. Boston: Addison-Wesley, 1954.

Wilbur Schramm, *Annotated Bibliography of the Research on programmed Instruction*. Washington, D.C., U.S. Office of Education, 1964.

T.W. Harell, D. Brown, and W. Schramm. "Memory in Radio News Listening", *Journal of Applied Psychology*, 33, 1949, pp. 265-74.

وحيث أن لوسائل الإعلام هذه القدرة الفعالة على الإخبار، والتعليم، يمكننا القول بثقة كبيرة أنها تستطيع أن تؤدي بعض الخدمات الجوهرية للبلاد النامية.

ويمتد شرام ويرى أن وسائل الإعلام قادرة على توسيع الآفاق والمداور^(١). فكثير من الناس في المجتمعات التقليدية يرون في وسائل الإعلام، عندما يلتقون بها لأول مرة، نوعاً من السحر. إذ يقول حكيم أفريقي إن وسائل الإعلام كالسحر فهي قادرة على أن تأخذ الإنسان عالياً إلى تل أعلى من أي تل آخر، يستطيع أن يرى من فوقه الأفق، ويتركه هناك يرى ما بعد ذلك. وأنها سحر لأنها تدع المرء يرى ويسمع وإنما لم يكن أبداً ويعرف أناساً لم يقابلهم إطلاقاً. وحتى بعد أن يتبدد عيب السحر تظل وسائل الإعلام قادرة على معاونة الناس - في البلد النامي - على فهم كيف يعيش الآخرون، وبالتالي على النظر في حياتهم الخاصة بنظرة جديدة^(٢).

إن وسائل الإعلام قوة تحريرية لأنها تحطم قيود المسافة والعزلة وتنقل الناس من المجتمع التقليدي إلى «المجتمع الكبير» حيث تنتظر كل العيون إلى المستقبل وتطلع إلى البعيد. وكما يقول بول حيث ينبغي أن يتنبأ كل حمل تجارى راسخ برغبات زبائنه المجهولين، وأن يتوقع كل سياسى رغبات ناخبيه المجهولين، وحيث يتم التخطيط لمستقبل ضخم التغير، وحيث قد تؤثر أفعال الناس من مختلف الثقافات في حياة الفرد يوماً^(٣).

وعلى ذلك فإن وسائل الإعلام، بتقريبها للبعد وجعلها الغريب مفهوماً، قادرة على المعاونة في تضيق المسافة بين المجتمع التقليدي والمجتمع المعاصر^(٤).

كما يقول شرام أيضاً أن وسائل الإعلام قادرة على تركيز الانتباه. ففي المجتمع المعاصر نجد أن معظم الصور عن البيئة البعيدة تأتي إلى أذهاننا من وسائل الإعلام وكلما تحرك المجتمع التقليدي تجاه المعاصرة، بدأ في الاعتماد على

(1) - Schramm, 1964, op. cit., p. 126.

- Lerner, 1972, op. cit., pp. 314-317.

(2) Schramm, 1964, op. cit., p. 127.

(3) Pool, 1963, op. cit., p. 249.

(4) Lerner, 1958, op. cit., pp. 49 - 51.

وسائل الإعلام. ونتيجة لذلك فإن قدرأ كبيرأ من المعلومات، مثل تلك المتصلة بمن هو الشخص الربام أو الخطير في الدولة أو بما هي الأشياء المشوقة وهكذا، يستمدّها هذا المجتمع من وسائل الإعلام، الصحيفة والرائيو والمجلة، وهي تعمل كالعارس فوق التله، ينبغي أن تقرّر ماذا تبليغ عنه، ومهمة الاختيار هذه، أى اختيار من تكتب عنه أو من تركّز آلة التصوير عليه أو من تستشهد بأقواله أو أى الأحداث تسجله تحدّد بدرجة كبيرة ما يعرفه الناس وما يتحدّثون عنه^(١).

وهذه مسألة ذات أهمية في الدول النامية لأنها تعنى أن الانتباه العام يمكن أن يبقى مسلطأ على التنمية. ومن وقت لآخر - يمكن أن يوجه الاهتمام إلى عادة جديدة أو إلى مسلك جديد أو إلى ممارسة زراعية أو صحية جديدة، أو عائد يتم الحصول عليه عن طريق العصرية، أو شيء يحتاج إلى تغيير^(٢). ويتوجّبه الانتباه إلى موضوعات معينة أو قضايا من هذا النوع فإن وسائل الإعلام تستطيع أيضاً أن تسيطر على بعض موضوعات الاتصال المباشر^(٣). إن القادة في دولة نامية قد يذهبون بأنفسهم، إذا استطاعوا، إلى كل جماعة صغيرة في الدولة، ويضعوا في أذهانهم مشكلة من مشكلات التنمية أو فكرة ما أو مناسبة ما ليفكروا بشأنها أو ليناقشوها. وقد يتملّز عليهم الذهاب بأنفسهم إلى كثير من القرى أو إلى كثير من الجماعات ولكنهم مع ذلك يستطيعون غرس الأفكار والموضوعات من خلال وسائل الإعلام ويصوّرة أوسع..

والوظيفة الأخرى التي تستطيع وسائل الإعلام أن تؤديها هي أن تزيد الطموح^(٤). وفي التاريخ حالات كثيرة تشجّعنا على الاعتقاد بأن وسائل الإعلام قد

(1) Schramm, 1964, op. cit., p. 129.

(2) Darell Lucas and S.H. Britt, Advertising Psychology and Research, New York: Mc Graw Hill, 1950.

(3) Lazarsfeld, Berelson and Gaudet, 1948, op. cit.

Bernard Berelson, Paul Lazarsfeld, and William Mc Phee, Voting, Chicago: University of Chicago. Press, 1954,

(4) Mc Celland, 1961, op. cit.,

Lerner, 1963, op. cit., pp. 334-345.

Schramm, 1964, op. cit., p. 131.

Roa, 1963, op. cit., p. 58.

تكون قادرة على زيادة طموح جماهيرها سواء في الحضارات النامية أو في الحضارات الأكثر تقدماً. والعائلات التي تسعى بعد لتصل إلى مستوى معيشي معين رأت الآخرين يستمتعون به، أو تسعى لتتال سلعة ما سمعت بها أو قرأت عنها أو رأت صورتها فقط، هي نماذج لتلك الحالات.

وهذا الأمر غاية في الأهمية بالنسبة للدولة النامية. فهي تحتاج إلى تشجيع كل من الطموح الشخصي والقومي. وينبغي على الأفراد أن يصلوا إلى الرغبة في حياة أفضل مما يعيشون وأن يقبلوا على العمل من أجل الوصول إليها. ويجب عليهم كمواطنين أن يكون لديهم طموح في أن تكون بلدهم قوية عظيمة.

وعلى ذلك فإن وسائل الإعلام قادرة على خلق المناخ المناسب للتنمية. ويمكننا القول بأن وسائل الإعلام تستطيع أن تسهم فعلياً في مقدار وأنواع المعلومات المتاحة لجماهير البلد النامي. وهي قادرة على توسيع الآفاق، وتركيز الانتباه على مشكلات وأهداف التنمية، وزيادة ألوان الطموح (الشخصي والقومي). وتستطيع وسائل الإعلام بذاتها وبصورة مباشرة أن تقوم بكل هذه الوظائف مجتمعة. وهذا يساوي خلق المناخ الإعلامي الذي تثار فيه التنمية. كما أن لها دور أيضاً في درجة تركيز الانتباه.

وفي ضوء ما تمت مناقشته حتى الآن فإننا نعرض الفروض العلمية التالية:

١ - هناك علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومعرفة القضايا الاجتماعية القومية.

٢ - التعرض لوسائل الإعلام متصل بمعرفة قضايا محددة عن التنمية الاجتماعية.

٣ - التعرض لوسائل الإعلام متصل بطموح الفرد تجاه نفسه وتجاه أولاده.

وله تم تحليل بيانات المسح الذي أجرى بقها لتحقيق من هذه الافتراضات.

وسائل الاعلام ومعرفة القضايا الاجتماعية

يمكن أن نلاحظ أن إدراك الناس لوسائل ومائل الإعلام يتنوع تبعاً لأهمية المعلومات للمستقبل. وعلى أساس قائمة الإدراك الاجتماعي، نجد إدراكاً واسعاً ومتنوعاً يشير إلى أن القرويين مدركون للموضوعات التي تؤثر فيهم مباشرة مثل موضوع إعادة فتح قناة السويس، الذي يزيد من التجارة الدولية وبالتالي صادرات الإنتاج الزراعي مثلاً. ونرى في هذا أن الرسائل الإعلامية تميل إلى أن تتكيف حسب علاقتها أو ارتباطها بالحياة المحلية وشؤونها.

وفي دراسة لأثر السياسات والأفكار القومية على عامة الشعب، فإن الاتصال الإعلامي والمباشر يستحق انتبهاً خاصاً.

ويتصل نشر الأفكار المستحدثة إتصالاً مباشراً بعملية التنمية، لأنها توسع رؤية القروي وتساعد على تنمية اتجاهاته لتتماشى مع اتجاهات المؤسسات السياسية والاقتصادية السائدة في مجتمعه. وحيث أن أفكار التنمية يتم تصورها على المستوى القومي، فلا بد من معرفة ما إذا كان الفلاحون قادرين على استيعاب هذه الأفكار. هذا وكثيراً ما تتكرر الدعوى أو الشكوى من أن لغة وسائل الإعلام لغة غير مفهومة، في بعض جوانبها، للرجل الريفي، في المناطق النامية^(١)، ولو أن ندرة الأبحاث في هذا الموضوع تصد من قدرتنا على تقييم مثل هذه الشكوى أو الدعوى^(٢).

وتتبنى قائمة الإدراك الاجتماعي على سؤال هيئة البحث عن المشكلات القومية والمحلية. وتأخذ هذه القائمة في حسابها مسألة تمييز أفراد العينة لأهمية القضية محل التساؤل. وحتى يمكننا معالجة هذه النقطة بدقة كافية فإننا قمنا بجدولة البيانات بشأن التعرض لوسائل الإعلام والإدراك الاجتماعي بطريقة مزبوجة

Cross tabulated

(1) Harik, 1974, op. cit., p. 161.

(2) Rogers, 1969, op. cit., p. 19.

المشاكل المحلية:

وفيما يتصل بالمشاكل المحلية فقد تم سؤال أفراد عينة البحث عن أهم مشكلة محلية. ويتضح من الجدول رقم ٣٠ أن معظم أفراد العينة مبركون تماماً لمشاكلهم المحلية. فقد اختار ٦١٪ المشاكل الجوهرية التي لا تنتم بثباتها تحدث يومياً بينما اختار ٣٩٪ من أفراد العينة المشاكل اليومية. هذا وقد تم تمييزها على النحو التالي: عدم توفر الخدمات الصحية ٣٦.٩٪، وعدم الإحساس بالمسؤولية ١١.٣٪، وصعوبة الانتقال إلى خارج القرية ٨.٨٪، وعدم توفر التعليم ٤٪. وإدراك أفراد العينة لتلك المشاكل على هذا النحو يعكس وعيهم الذي يذهب إلى مدى أبعد من مجرد الحاجات المادية.

وعلى ذلك فقد قمنا بتصنيف المشاكل المعروضة إلى مجموعتين:

المجموعة الأولى وتشمل الإدراك المرتفع للمشاكل مثل عدم الإحساس بالمسؤولية وصعوبة الانتقال إلى خارج القرية والمشكلات التعليمية والصحية. والمجموعة الثانية وتتضمن الإدراك المنخفض للمشاكل مثل ارتفاع تكاليف المعيشة، نقص انتعاشها، ونقص المياه الجارية، وعدم توفر السماد، وعدم حصول القرويين على ما يحتاجونه من الجمعيات التعاونية. ولقد تم هذا التصنيف لاختبار العلاقة بين الإدراك المحلي والتعرض لوسائل الإعلام.

ولاختبار العلاقة بين التعرض للرائيو ودرجة إدراك المشكلات المحلية، استخدمنا اختبار كا^٢، حيث كانت كا^٢ المحسوبة تساوي ٢٠.٨٠ بينما كانت كا^٢ الجدولة لدرجة حرية ١ وعند مستوى ٠.٠٥، والتي تساوي ٣.٨٢ تبين أنه لا يوجد فرق معنوي بين من تعرضوا إلى الراديو ومن لم يتعرضوا إليه في درجة الإدراك المحلي. وقد ترجع هذه النتيجة إلى أن لدى الناس المعلومات من المنبع حول مشكلاتهم المحلية وأنهم ليسوا في حاجة إلى تدخل وسائل الإعلام ليدركوها.

الجدول رقم (٣٠)

معرفة القضايا الحلية

القضية	العدد	النسبة المئوية
ارتفاع مستوى المعيشة	١٨	٪٧.٢
عدم وجود الكهرباء	٧	٪٢.٨
عدم وجود مياه جارية	٢	٪٠.٨
عدم توفر السماد	٢١	٪٨.٥
عدم الإحساس بالمسؤولية	٢٨	٪١١.٣
صعوبة الحصول على ما يريد من الجمعيات	٤٩	٪١٩.٧
صعوبة الانتقال إلى خارج القرية	٢٢	٪٨.٨
عدم توفر الخدمات الصحية	٩٢	٪٣٦.٩
عدم توفر التعليم	١٠	٪٤.٠
إجمالي	٢٤٩	٪١٠٠

المشاكل القومية:

وبالنسبة للمشكلات القومية فقد تم سؤال أفراد العينة عن أهم المشاكل القومية في رأيهم. ويظهر الجدول رقم ٣١ أن معظم أفراد العينة ٥٦.٨٪ أعطوا الأولوية للمشاكل ذات الطبيعة القومية على المشاكل ذات السمات الفردية مثل الأمية والانفجار السكاني، والخدمات العامة والاقتصادية، والنقل والإسكان. بينما اختار الباقون ٤٣.٢٪ المشاكل اليومية، والتي تميل إلى تكون فردية، مثل ارتفاع تكاليف المعيشة والتقص في السلع الضرورية.

ولاختبار العلاقة بين التعرض للرأي ودرجة إدراك المشاكل القومية استخدمنا إختبار كاي حيث كانت كاي المحسوبة ٣.٠٨٠ بينما كانت كاي المجيدة لدرجة حرية ١ وعند مستوى ٠.٠٥ تساوى ٣.٨٣٠ مما يدل على أنه يوجد فرق معنوي بين من يتعرضون لوسائل الإعلام ومن لا يتعرضون لها في درجة الإدراك القومي.

ويظهر الجدول رقم ٢١ أن التعرض لوسائل الإعلام يوسع الأفاق ويسير بها من المسائل المحلية إلى المسائل القومية. الأمر الذي يعكس إدراكاً إجتماعياً وسياسياً عالياً ورغبة في التغيير.

ومن ثم فإن دراستنا على قها تظهر أن هناك علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومعرفة المسائل الاجتماعية القومية.

الجدول رقم (٣١)

معرفة القضايا القومية

النسبة المئوية	العدد	القضية
٪٢٧.٨	٦٩	الأمية
٪٨.٥	٢١	تزايد السكان
٪١.٤	١٦	المشكلات الاقتصادية
٪١.٦	٤	الخدمات العامة
٪٤.٤	١١	مشكلات المواصلات
٪٨.١	٢٠	النقص في السلع الضرورية
٪٨.١	٢٠	السكن
٪٣٥.١	٨٧	ارتفاع نفقات المعيشة
٪١٠٠	٢٤٨	إجمالي (٥)

وسائل الاعلام وتركيز الانتباه

والافتراض الثاني هو أن التعرض لوسائل الإعلام يركز الإنتباه على موضوعات إجتماعية محددة. وذلك تمنا باختبار آثار وسائل الاعلام على سكان قها

(٥) تطلب فرد واحد عن الإجابة على هذا السؤال.

وبالتحديد على تكيفهم الإجتماعى Socialization وذلك خلال مرحلتين أولاً تمديد
كيفية وصول الرسائل إلى سكان القرية، وثانياً دراسة أنوار وسائل الإعلام
والإتصال المباشر فى الإسهام فى الإدراك الإجتماعى للقرويين.

وكان الفرض من هذا الجزء من دراستنا هو إستكشاف مدى تعرض أفراد
العينة لوسائل الإعلام ومدى إدراكهم نتيجة لهذا التعرض لموضوعين على المستوى
القومى، وهما إعادة فتح قناة السويس، وشهادات الاستثمار.

وفى رأينا أن الإدراك الإجتماعى هو المعرفة بسياسة معينة. كما أننا نمنى
بالتعرض لوسائل الإعلام مجرد أن يتم التعرض لأى وسيلة إعلامية من الوسائل
الإعلامية الثلاث المتاحة فى المجتمع وهى الصحف أو الراديو أو التليفزيون.

ولقد تم سؤال أفراد العينة فى قرية قها عما إذا كانوا قد علموا بموضوعى
إعادة فتح قناة السويس ومشروع شهادات الاستثمار. كما طلب منهم تحديد
مصادر معلوماتهم.

ويظهر الجدولان ٣٢. ٣٣ أن ٨٩. ٢٪ من أفراد العينة قد حصلوا على
معلوماتهم فيما يتصل بمشروع إعادة فتح قناة السويس من وسائل الإعلام مباشرة
وكان الراديو فى مقدمة هذه الوسائل. وأن ٨٤. ٤٪ من أفراد العينة قد حصلوا على
معلوماتهم فيما يتصل بمشروع شهادات الاستثمار من وسائل الإعلام مباشرة وكان
الراديو أيضاً فى مقدمة هذه الوسائل. بينما يظهر الجدولان أن ٦٠. ٤٪ من أفراد
العينة حصلوا على معلوماتهم فيما يتصل بإعادة فتح قناة السويس عن طريق
الوسيط الإخبارى أى عن طريق الاتصال المباشر (الشفهى)، وعن نفس هذا الطريق
حصل ٢٠. ٨٪ من أفراد العينة على معلوماتهم بخصوص شهادات الاستثمار.

ومن جهة أخرى فإنه يظهر من الجدولان أن ١٢٪ من أفراد العينة لم يسمعا
شيئاً عن شهادات الاستثمار، وأن ٢٠. ٨٪ من أفراد العينة لم يسمعا شيئاً عن إعادة
فتح قناة السويس.

ويتبين من ذلك أن نسبة من «لا يعرفون» من بين أفراد العينة نسبة منخفضة

جداً مما يدل على أن الناس أكثر معرفة بالسياسات القومية التي تؤثر فيهم مباشرة مثل إعادة فتح قناة السويس. ومن ناحية أخرى، فقد تبين لنا من تحليل بيانات المسح أن عدد من يملك شهادات الاستثمار بلغ ٤٨ فرد فقط (١٩.٢٪) أي أنه لم يشترها عدد ٢٠١ فرد (٨٠.٧٪). وهذا يؤكد أن الرسائل الإعلامية تتجه إلى أن تتكيف حسب علاقتها أو ارتباطها بالحياة المحلية وشؤونها.

الجدول رقم (٣٢)

مصادر المعرفة بشأن إعادة فتح السويس

النسبة المئوية	العدد	المصدر
٪١٢	٣٠	الجراند
٪٦٦,٧	١٦٦	الرائد
٪١٠,١	٢٥	التلفزيون
٪٠,٤	١	جميع وسائل الإعلام
٪٦,٤	١٦	الاتصال المباشر
٪٢,٨	٧	لم أسمع عنها
٪١,٦	٤	لا إجابة على السؤال
٪١٠٠	٢٤٩	إجمالي

وفيما يتصل بالطريق الذي يتحدد بموجبه سريان الرسالة إلى الجماهير وفيما إذا كان سريان مباشراً أو غير مباشر، فإننا نفترض أنه كلما زاد التعرض ووسائل الإعلام زاد سريان الرسالة الإعلامية بصورة مباشرة. وبالتالي كلما كانت وسائل الإعلام أكثر وصولاً إلى الجماهير وأوسع استخداماً فمستوى يقل دور الوسيط في نشر المعلومات. وقد تم تحليل بيانات الدراسة عن قها لاختبار هذا الفرض.

ولقد قمنا بمقارنة البيانات عن مصادر المعرفة بإعادة فتح قناة السويس وعن ملكية الراديو. واستخدمنا اختبار كا^٢ حيث كانت كا^٢ المحسوبة في بيانات العينة تساوي ٢٨١, ٥٢ بينما كانت كا^٢ الجدولة لدرجتين حرية وعند مستوى ٠,٠٥ تساوي ٥,٩٩ مما يدل على أنه يوجد فرق معنوي بين من يملكون الراديو ومن لا يملكونه بالنسبة لمصادر معلوماتهم، بمعنى أن مالكي الراديو قد تلقوا معلوماتهم من الإستقبال المباشر عن طريق وسائل الإعلام أكثر مما تلقى غير الملاك.

كذلك جدولنا بطريقة مزدوجة للمقارنة بين مصادر المعرفة بشهادات الاستثمار وعلاقتها بملكية الراديو، فحصلنا على نتائج مماثلة للنتائج السابقة. وقد اخترنا هذا الفرض باستخدام اختبار كا^٢ حيث كانت كا^٢ المحسوبة في بيانات العينة تساوي ٢٨٨, ٤٩ بينما كانت كا^٢ الجدولة لدرجتين حرية وعند مستوى ٠,٠٥ تساوي ٥,٩٩. تبين أنه يوجد فرق معنوي عند المستوى ٠,٠٥ بين من يملكون الراديو ومن لا يملكونه في استقبالهم للأخبار.. ذلك أن أكبر نسبة للاستقبال المباشر للمعلومات من الراديو عن شهادات الاستثمار كانت لمن يملكون أجهزة راديو.

الجدول رقم (٣٣)

مصادر للمعرفة بشأن شهادات الاستثمار

النسبة المئوية	العدد	المصدر
٪١٤,٥	٣٦	الجرائد
٪٤٧,٨	١١٩	الراديو
٪١٧,٧	٤٤	التلفزيون
٪٤,٤	١١	جميع وسائل الإعلام
٪٢,٨	٧	الاتصال المباشر
٪١٢,٠	٣٠	لم أسمع عنها
٪٠,٨	٢	لا إجابة على السؤال
٪١٠٠	٢٤٩	إجمالي

هذا ورغم أن الراديو هو أكثر وسائل الإعلام الشائعة الإستخدام في القرية إلا أن التعرض له يتم بدرجات متفاوتة. كما أنه في الإمكان أن نفترض أن ملكية الراديو في المنزل تعطي فرصة أكبر، نسبياً، للتعرض إلى واحدة على الأقل من وسائل الإعلام. بينما تكون عدم الملكية مؤشراً لتعرض أقل لهذه الوسيلة.

ويمكن أن نستنتج من الجداول السابقة أن ملكية الراديو تتحمل مباشرة بسرطان المعلومات المتعلقة بمشاكل محددة من التنمية.

وهذه النتائج تقرب كثيراً من النتائج التي أجراها هاريك في دراسته^(١).

وباختصار فإن النتائج هنا قد لا تتفق والافتراض بأن الرسالة تسرى على مرحلتين "the Two step Flow"^(٢). إذ أننا نجد أنه كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام كلما كان الحصول على المعلومات مباشرة بدرجة أكبر. وبالتالي فإنه يمكن القول بأن نوع الاتصال المباشر في نشر المعلومات قد يقل كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام.

وهنا يتطرق إلى أنماطنا سؤال هل أننا نواجه هنا بمشكلة الاختيار بين الثقة في نتائج دراسة حالة ما والثقة في نتائج دراسة حالة أخرى؟ والإجابة هي أننا لا نواجه هذه المشكلة.

فقد اكتشف لازار سفيلد وزملاؤه أن الناحيين الذين لم يتخذوا قرارهم بعد يتأثرون بالاتصالات الشخصية أكبر من تأثرهم بوسائل الإعلام.

ولكن هؤلاء الباحثين لم يقيموا أي برهان على أن وسائل وسائل الإعلام لا تصل إلى الجماهير العامة مباشرة.

وفي الواقع فإن البيانات الواردة في كتاب اختيار الناس The People's Choce تظهر أن وسائل وسائل الإعلام تصل فعلاً إلى أغلبية الناس مباشرة. إذ قرأ ٧٨٪ (١٠ أفراد) أن الراديو كان مصدراً معاوناً في اتخاذهم لقرار التصويت^(٣).

(1) Harik 1974 op. cit., p. 151.

(2) Lazarsfeld et al., 1955, op. cit., p. 45 "Ideas often flow from the mass media to opinion leaders and from them to the less active section of the population".

(3) Lazarsfeld et al., 1948, op. cit. p. 127.
Harik, 1973, op. cit., p. 153

وقد لاحظ كاتز Katz الهوة بين الدليل والتعميم، وإذك كتب بأنه من المحتمل أن الآثار الناجمة عن وسائل الإعلام تصل أولاً إلى قادة الرأي الذين يعبرون بدورهم ما قرأوه وسمعوه إلى رفاقهم الخاضعين لتأثيرهم^(١).

وفي مناقشة الفرض الذى وضعناه نجد أن قادة الرأي يخبرون بعض الأفراد، ولا يمنع هذا أن غالبية الناس يستقبلون المعلومات استقبالا مباشرا، أما عن موضوع التأثير على الآخرين فى اتخاذ القرار، وهو موضوع أساسى فى كتاب إختيار الناس، فإنه لا ينبغي أن يكون مبهما بئناط نشر المعلومات.

هذا ويهم أن نوضح إننا نبحث فى هذا الكتاب فيما لو أن وسائل الإعلام تستطيع التأثير على مدى ما يعرفه القارئ، خاصة وأن اللغة التى تستخدمها وسائل الإعلام غالبا ما تكون لغة عربية فصلى بينما أن غالبية القارئ من الأميين ويستخدمون اللغة العامية، ومن ثم قد لا يمكن الزعم بأن مجرد تعرض لوسائل الإعلام مؤثر كاف على فهم البرامج التى تقدمها هذه الوسائل الإعلامية.

وقد تم سؤال أفراد العينة عن الهدف من إعادة فتح قناة السويس، وعن شهادات الاستثمار.

ومن الهدف من إعادة فتح قناة السويس يوضح الجدول رقم ٢٤ أن ٧٨.٧٪ من أفراد العينة أفادوا بأن الهدف هو زيادة الدخل القومى. وهذا يظهر أن إدراكهم السياسى والإجتماعى إدراك مرتفع طالما أن زيادة الدخل القومى واحد من العناصر الرئيسية المميزة لإعادة فتح قناة السويس (بجانب عناصر أخرى سياسية واقتصادية).

أما عن الهدف من شهادات الإستثمار، فإن الجدول رقم ٢٥ يصور أن ٣١.٧٪ من أفراد العينة ذكروا أن الشهادات تعتبر وسيلة إخبار لضمائم المستقبل. وقد يكون السبب فى هذه الإجابة أن وسائل الإعلام تركز على هذه النقطة بانتظام. ومن النادر أن نجد أن نجد وسائل الإعلام تذكر الفوائد التى تجنيها الدولة من مثل

(1) Elihu Katz, "The two Step flow of Communication: An Up-to- date Report on an Hypothesis", Public Opinion Quarterly, 21, 1954, p. 61.

هذه الأنشطة والمشاركة أو الدور الذي قد يلعبه الفرد في خدمة الإقتصاد القومي، الأمر الذي تؤكد النسبة الصغيرة من أفراد العينة ١٤.١٪، الذين أجابوا بأن هدف شهادات الاستثمار هو استثمار المبالغ في مشروعات جديدة للدولة، كما يؤكد ذلك أيضا ١٥.٧٪ من أفراد العينة قائلا أن هدف شهادات الاستثمار هو خدمة الإقتصاد القومي .

الجدول رقم (٣٤)

الهدف من اعادة فتح قناة السويس

النسبة للثوية	العدد	المصدر
٪٧٨.٧	١١٦	زيادة الدخل القومي
٪٢.٦	٩	زيادة الخامات والمواد اللازمة للتنمية
-	-	تسهيل التجارة المالية
٪-٠.٨	٢	مرور سفن اليان. السفينة
-	-	زيادة السيولة
٪٢.٨	٧	زيادة الدخل الفردي
٪٢.٨	٧	زيادة الاستيراد وتوفير السلع
٪٢.١	٥	إنعاش المناطق الحرة في القناة
٪٥.٦	١٤	تقوية مركز مصر الدولي
٪٢.٦	٩	لا إجابة على هذا السؤال
٪١٠٠	٢٤٩	إجمالي

وتظهر هذه النتائج مدى فاعلية وسائل الإعلام كإداة للإتصال حتى في التجمعات الريفية. كما أن هذه النتائج تضعف ما يقال من أن وسائل وسائل الإعلام غالبا ما تكون غير مقبولة لفالبية الجماهير في الدول النامية.

غير أنه كما أوضحنا فإن هناك أنواع معينة من الرسائل لا تستطيع وسائل الإعلام توصيلها لجمهور الناس.

الجدول رقم (٣٥)

الهدف من شهادات الاستثمار

النسبة للثوية	العدد	المصدر
٪٣١.٧	٧٩	التوايز
٪١٤.١	٢٥	إستثمار المبالغ المتجمعة في مشروعات جديدة للدولة
٪٣١.١	٦٥	مجرد نوع من أنواع اليتصيب له مكسب معين
٪١٥.٧	٣٩	في خدمة الإقتصاد القومي
٪٢.٤	٦	أكثر من سبب واحد
٪١٠.٠	٢٥	لا إجابة على هذا السؤال
٪١٠٠	٢٤٩	الإجمالي

وسائل الاعلام وزيادة الطموح

تحدث عملية التنمية - عادة - مع وجود زيادة في الطموح، أى أنه لا بد من حث الناس وإثارتهم للمناخلة من أجل حياة أفضل ومن أجل زيادة في التنمية القومية. ومن المعتقد أن وسائل الإعلام قادرة على زيادة الطموح الشخصى والقومى. وبالتالي فإننا نقدر أن: التعرض لوسائل الإعلام متصل بزيادة طموح الفرد تجاه نفسه ولولائه.

وقد تم تحليل بيانات المسح الذى أجرى بقها للتحقق من صحة هذا الافتراض واختبرنا آثار وسائل الإعلام فى إثارة طموح الفرد. ويسؤال أفراد العينة عما إذا كانوا يعتقدون أن الفرد سيتأثر بفوائد إعادة فتح قناة السويس. يوضح

الجدول رقم ٣٦ أن ٩٠٪ من أفراد العينة أجابوا بالإيجاب، بينما أجاب ٨٪ بالنفي، ولم يجب ٢٪ على هذا السؤال.

وقد انعكست السياسة الجديدة للحكومة، التي تعتمد على التوفيق بين متطلباتها وبين إشباع رغبات الأفراد وتحقيق الرفاهية لهم، على إجابات الأفراد إذ قال أحد أفراد العينة على سبيل المثال أليس إعادة فتح قناة السويس قراراً حكومياً...؟ إذن فهو في صالحنا تماماً.

الجدول رقم (٣٦)

الطموح الشخصي والقومي

بشأن تآكل الفرد العادي بفوائد إعادة فتح القناة

الإجابة	العدد	النسبة المئوية
- نعم أعتقد	٢٢٤	٩٠٪
- لا أعتقد	٢٠	٨٪
- لا إجابة	٥	٢٪
الإجمالي	٢٤٩	١٠٠٪

ولاختبار وجود علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وطموح الفرد فيما يتعلق بتأثيره بفوائد إعادة فتح قناة السويس استخدمنا اختبار كاي حيث كانت كاي المحسوبة في بيانات العينة تساوي ١٢. ٢١٢ بينما كانت كاي الجدولة لدرجة حرية ١ وعند مستوى ٠.٠٥ تساوي ٣. ٨٤١ تبين أنه يوجد فرق معنوي بين الذين تعرضوا للراديو والذين لم يتعرضوا له بالنسبة لطموحهم بشأن فوائد إعادة فتح قناة السويس.

ومن هنا يمكن القول بأن التنمية القومية وقوة الدولة وعظمتها مرتبطة بالطموح الشخصي لأفراد العينة.

وفيما يتعلق بطموح أفراد العينة بالنسبة لأوجه نشاطهم في الحياة، يبين الجدول رقم ٣٧ أن ٤١.٤٪ منهم يرغبون في تحقيق مستوى أفضل للحياة من مكلل ومسكن وملبس وانتقال، وأن ١١.٢٪ منهم لديهم طموح لتعليم أنفسهم وأولادهم، وأن ٣٧.٢٪ منهم لديهم تطلعات استثمارية، وأن ١٠.١٪ لم يروا على هذا السؤال.

الجدول رقم (٣٧)

الوان الطموح الشخصي

الطموح	العدد	النسبة المئوية
- أشتري أرضاً أو ماشية	٧٠	٪٢٨.١
- أوفر التقود أو أشتري شهادات استثمار	٤	٪١.٦
- أعيد في طريقة حياتي إلى مستوى أفضل	١٠٠	٪٤٠.٢
- أشتري آلات حديثة الزراعة	٦	٪٢.٤
- أرسل أولادي إلى الجامعة أو المدرسة	٢٠	٪٨.٠
- أترك القرية السكن في المدينة	٢	٪١.٢
- أشتري تلفزيون أو رايبير	١٣	٪٥.٢
- أذهب لأتلم في المدرسة.	٨	٪٣.٢
- لا إجابة على هذا السؤال.	٧٥	٪١٠.١
إجمالي	٢٤٩	٪١٠٠

وتبدو هذه الإجابات متناقضة مع نتائج بعض الدراسات التي أجراها بعض الباحثين في هذا المجال والتي أظهرت أن معظم الفلاحين يتميزون بانخفاض طموحهم إلى أقصى درجة نتيجة لقلة الموارد، وانغلاق القرى، والأسلوب القاسي في تربيته في طفولتهم وأنهم مستغلون بواسطة الآخرين كنتيجة للظروف الراضخة الصلدة التي خلقتها جهود الاستعمار^(١).

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 243

هذا وقد قمنا باختبار العلاقة بين طموح الفرد والتعرض لوسائل الإعلام، واستخدمنا في ذلك اختبار كاي^٢، حيث كانت كاي^٢ المحسوبة في بيانات العينة تساوي ٩٦.٠٢٩، مقابل كاي^٢ المجدولة لدرجتين حرية وعند مستوى ٠.٠٥، وتساوي ٥.٩٩١. مما يدل على وجود فرق معنوي بين من يتعرضون لوسائل الإعلام ومن لا يتعرضون لها فيما يتصل بالوان الطموح.

ومما تقدم يمكن القول بأن التعرض لوسائل الإعلام متصل بزيادة ألوان الطموح الشخصية.

الجدول رقم (٢٨)

ألوان الطموح لدى الآباء تجاه أولادهم

النسبة للنسبة	العدد	الطموح
٪٤.٨	١٢	١- فلاح
٪١٥.٢	٣٨	٢- ضابط جيش أو بوايس
٪٤.٠	١٠	٣- محامي أو قاضي
٪٤٧.٠	١١٧	٤- طبيب أو مهندس
٪١٢.٩	٣٢	٥- موظف حكومي
٪٤.٨	١٢	٦- عامل فني
٪٠.٤	١	٧- ممرض أو ممرضة
٪٤.٤	١١	٨- مدرس
-	-	٩- أي مهنة أخرى
٪٦.٤	١٦	١٠- لا إجابة على هذا السؤال
٪١٠٠	٢٤٩	الإجمالي

والألوان الطموح التعليمي، سواء التعليم العالي أو الفني، من جانب الآباء تجاه أبنائهم شرط أساسي آخر للتغيير الاجتماعي وبالتالي التنمية. ولقد تكررت هذه الألوان كثيراً في عينتنا. والجدول رقم ٢٨ يوضح ذلك ويبين أن ٪٦.٢ من العينة

لديهم طموح مرتفع (أو عال) إذ ياملون أن يكون أبنائهم أطباء أو مهندسين أو ضباطاً أو محامين، وأن ١٧.٢٪ لديهم طموح متوسط حيث ياملون أن يصبح أولادهم من موظفي الحكومة أو للمدرسين. وأن ١٠٪ لديهم طموح منخفض حيث يريدون أن يكون أبنائهم فلاحين أو عمال أو معرضين وممرضات، وأن ٤.٤٪ فقط من أفراد العينة لم يجيبوا على السؤال.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن ٧٧.٥٪ من أفراد العينة لديهم أولاد التحقوا أصلاً بالمدارس كما يوضح ذلك الجدول رقم ٣٩. وأن ٤١٪ من أفراد العينة لديهم أبناء حاصلون على شهادات علمية كما يوضح ذلك الجدول رقم ٤٠. ولهذين الجدولين دلالة هامة وواضحة وهي أن القرويين لا يتجهون فقط إلى تعليم أبنائهم القراءة والكتابة بل إنهم يحثون أبنائهم على مزيد من الدراسة.

الجدول رقم (٣٩)

عدد الأبناء اللتحقين بالمدارس

عدد الأبناء	العدد	النسبة المئوية
- لا يوجد	٦٢	٢٥.٣٪
- واحد	٤١	١٦.٥٪
- إثنان	٤٦	١٨.٥٪
- ثلاثة أو أربعة	٦٥	٢٦.١٪
- خمسة أو ستة	١٠	٤.٠٪
- أكثر من ستة	٦	٢.٤٪
- لا إجابة على هذا السؤال	١٨	٧.٢٪
إجمالي	٢٤٩	١٠٠٪

ولاختبار العلاقة بين طموح الآباء تجاه أولادهم والتعرض لوسائل الإعلام استخدمنا اختبار كاي ٢، حيث كانت كاي ٢ المحسوبة في بيانات العينة تساوي ١٤.٧٥٦ بينما كانت كاي ٢ الجدولة لدرجتين حرية وعند مستوى ٠.٠٥، وتساوي ٥.٩٩١ مما يدل على وجود فرق معنوي بين من تعرضوا لوسائل الإعلام ومن لم يتعرضوا لها فيما يتصل بالطموح تجاه الأولاد.

ومن ثم يمكننا القول بأن التعرض لوسائل الإعلام متصل بطموح الفرد تجاه أولاده.

الجدول رقم (٤٠)

عدد الأبناء الحاصلين علي شهادات علمية

عدد الأبناء	العدد	النسبة المئوية
- لا يوجد	١٢٤	٪٤٩.٨
- واحد	٤٤	٪١٧.٧
- إثنان	٣٣	٪١٣.٣
- ثلاثة أو أربعة	٢٠	٪٨.٠
- خمسة أو ستة	٤	٪١.٦
- أكثر من ستة	١	٪٠.٤
- لا إجابة على هذا السؤال	٧٣	٪٩.٢
إجمالي	٢٤٩	٪١٠٠

هذا ولقد أظهر هذا الفصل من الكتاب أن وسائل الإعلام تشجع الطموح الشخصي والقيومي، وأن أفراد العينة التي أجريت عليها الدراسة في قرية دقها، يرغبون حقاً لأنفسهم ولأولادهم حياة أفضل من حياتهم الحالية.

الخلاصة:

يمكن أن نستخلص من هذا الفصل ما يلي:

- ١ - أن وسائل الإعلام قنوات ذات فاعلية في نشر المعلومات الاجتماعية أكثر من الإتصال المباشر وهو ما توصلنا إليه فيما قبل.
- ٢ - أظهرت هذه الدراسة أن رسائل معظم وسائل الإعلام تصل إلى غالبية الجماهير مباشرة وبقااعلية.
- ٣- تشير هذه الدراسة إلى وجود علاقة بين التعرض لوسائل الاعلام والاندراك الاجتماعي .
- ٤ - التعرض لوسائل الاعلام يوسع آفاق الفلاحين ويوجه اهتمامهم الى المسائل القومية أكثر من المسائل المحلية .
- ٥- التعرض لوسائل الاعلام متصل بطموح الفرد تجاه نفسه وأولاده.
- ٧- تميل رسائل وسائل الاعلام الى ان تتكيف حسب علاقتها أو ارتباطها بالحياة المحلية وشتونها .

الفصل الحادى عشر

دور وسائل الاعلام فى

عملية اتخاذ القرار

مقدمة :

اشرنا فيما تقدم الى أن التنمية هى نوع من التغيير الاجتماعى فتدخل الافكار المستحدثة الى النظام الاجتماعى لتحسين مستويات المعيشة وزيادة الدخل القومى ويدخل الفرد عن طريق استخدام طرقا لحدث للانتاج ومن خلال عمل المنظمات الاجتماعية المتطورة^(١).

وسيناقش هذا الفصل ذلك من خلال التعرض لدور وسائل الاتصال حيث نعرض أولا للافكار المستحدث ودور وسائل الاعلام فيها ثم نعرض لمشكلة تزايد اعداد السكان ودور الاتصال فيها.

الافكار المستحدثة

وفى رأينا أن تبني الابتكارات والافكار المستحدثة عنصر جوهري فى عملية العصرية والتنمية. والفكرة المستحدثة هى فكرة أو ممارسة أو موضوع يدركه فرد باعتباره جديداً. وتبنى هذه الفكرة هو أحد مظاهر أسلوب الحياة المتغير، سواء كانت الفكرة المستحدثة فى مجال الزراعة أو الصحة أو تنظيم الأسرة أو السياسية وهذا التبنى هو فى معظم الأحوال تغيير سلوكى أكثر مما هو تغيير إتجاهى أو إدراكى كما أن تبني الافكار المستحدثة هو الاختبار الحقيقى لمعرفة ما إذا كان الفرد يقبل إسلامياً للحياة أكثر تعقيداً ومتقدم تكنولوجياً وسريع التغيير أو لا يقبله.

والجديد فى أى فكرة مستحدثة لا يكون بالضرورة فى معرفة جديدة. إذ قد تكون الفكرة المستحدثة معروفة لفرد لبعض من الوقت. بمعنى أن يكون مدركاً للفكرة.

(1) Rogers, 1973, op. cit., p. 272.

قبل أن يظهر نحوها إتجاهاً مؤيداً أو غير مؤيد ويتبناها أو يرفضها. وعليه فقد يكون التغيير من حداثة الفكرة المستحدثة في المعرفة أو في الاتجاه أو في قرار استخدامها^(١).

خصائص الأفكار المستحدثة

لا ينبغي أن نفترض، كما كان يحدث كثيراً في الماضي، أن كل الأفكار المستحدثة تتشابه في أسلوب تحليلها. ويظهر ذلك بوضوح بالنسبة للتعميم والحبوب باعتبارهما من الأفكار المستحدثة في تنظيم الأسرة. فالتعقيم قد يستغرق إنتشار تبنيه عشرين عاماً في بلد ما، بينما تتطلب الحبوب خمس سنوات فقط للوصول إلى نفس درجة الاستخدام^(٢).

ومن ثم فإن خصائص الأفكار المستحدثة كما يدركها المستقبلون لها تعتبر عاملاً هاماً في تحديد المعدلات اللازمة لتبنيها. وهذه الخصائص هي:

١ - الفائدة النسبية : Relative Advantage

وهي الدرجة التي يدرك الفرد عندها أن الفكرة المستحدثة أفضل من سابقتها. هذا ويمكن قياس درجة الفائدة النسبية من وجهة النظر الاقتصادية، كما يمكن قياسها أيضاً عن طريق الهيبة الاجتماعية، وتقاس كذلك على أساس درجة ملاستها ورضاء المستقبلين عنها. والذي يهمنا في الحقيقة هو أن يدرك الفرد أن الفكرة المستحدثة مفيدة. وكلما زاد إدراك المجتمع للفائدة النسبية للفكرة المستحدثة كلما زادت سرعة معدل تبنيها.

٢ - اللامتنا : Compatibility

وهي الدرجة التي يتبين الفرد عندها أن الفكرة المستحدثة ملائمة أو تتفق مع القيم الموجودة في المجتمع، ومع خبرات الماضي واحتياجات المستقبلين. والفكرة

(1) Rogers, 1973, op. cit., p. 15.

(2) Rogers, 1973, op. cit., p. 272.

التي تتلام مع القيم والعادات السائدة في النظام الاجتماعي ومع الخبرات السابقة والاحتياجات الحالية للمستقبلين، ان يتم تبنيها بنفس معدل سرعة تبني الفكرة المستحثة الملائمة.

وتبني فكرة مستحثة غير ملائمة، يقتضى الأمر - غالباً - أن يسبقها تبني انتظام جديد من القيم، وعلى سبيل المثال، فإن تبني وسائل تنظيم الأسرة قد يتطلب القبول مسبقاً بنمط الأسرة الصغيرة.

٣ - التعقيد: Complexity

وهي الدرجة التي يتبين الفرد عندما أن الفكرة المستحثة صعبة - نسيياً - على الفهم مما يؤدي إلى صعوبة استعمالها. هذا ونجد أن معظم أعضاء النظام الاجتماعي لديهم الاستعداد لفهم بعض الأفكار المستحثة. أما البعض الآخر من الأفكار المستحثة فلا يلقى نفس القبول، ومن ثم فإن تبنيها يكون أبداً من تبني الأولى. وعلى سبيل المثال، فإن فترة الأمان، وهي إحدى أساليب تنظيم الأسرة، تتطلب على الأقل بعض الفهم عن ميكانيكية الإنجاب وهي لذلك قد تعتبر فكرة معقدة.

٤ - القابلية للتجربة: Triability

وهي الدرجة التي قد تختبر فيها الفكرة المستحثة على نطاق محدود. والأفكار المستحثة التي يمكن تجربتها على مراحل يكون تبنيها أسرع، بصفة عامة، من الأفكار المستحثة التي لا يمكن تجربتها. هذا ويهم أن نقرر، بصفة جوهرية، أن الأفكار المستحثة التي يمكن اختبارها تقل مخاطرها من وجهة نظر الفرد الذي يقيمها. وعلى سبيل المثال، فإن حبوب منع الحمل سهلة الاختبار - حيث يتم تجربتها - وذلك فإن فرصة تبنيها أكبر من فرصة تبني فكرة مستحثة أخرى يصعب تجربتها كالتعقيم مثلاً.

٥ - إمكانية الملاحظة: Observability

وهي الدرجة التي تكون فيها نتائج الفكرة المستحثة مرئية للآخرين. وكما

سهل على الفرد أن يرى نتائج الفكرة المستحدثة، كلما زاد احتمال تبنيه لها، ومن المعلوم أن إمكانية ملاحظة نتائج الأفكار المستحدثة في تنظيم الأسرة أقل بكثير من إمكانية ملاحظة نتائج الأفكار المستحدثة في الزراعة مثلاً كالأفكار المستحدثة عن الخصبات الكيميائية والمحاصيل الجديدة المتنوعة.

فإذا تواجدت الفكرة المستحدثة بالخصائص المذكورة، فينبغي - إذا كان لها أن تنتشر إلى أبعد من مخترعها - أن يأخذ الاتصال مكانه بين المرسل والمستقبل. وهنا نحول انتباهنا إلى قنوات الاتصال المستخدمة لنشر الفكرة المستحدثة.

قنوات الاتصال

من المتفق عليه أن وسائل الإعلام يمكن أن تكون ذات نفع عظيم في عملية اتخاذ القرار التي هي عنصر أساسي في عملية التنمية الاجتماعية.

هذا وسنحاول في هذا الفصل أن نقيم دور وسائل الإعلام في عمية اتخاذ قرار من أجل تبني ابتكار أو فكرة مستحدثة.

ويمكن لوسائل الإعلام أن تعاون بطريقة غير مباشرة فقط، في عملية اتخاذ القرارات للتنمية ذلك أن هذه العملية تتطلب في كثير من الأحوال تغيير الاتجاهات الراسخة أو الممارسات ذات القدر لدى الأفراد. ولم يثبت أن لوسائل الإعلام فاعلية في التغلب على الاتجاهات والقيم أو التقاليد الاجتماعية الراسخة، وهذه التقاليد تعتبر راسخة لأسباب كثيرة، منها أنها وجدت مجزية على مدى زمن طويل^(١)، كما أنها غالباً ما تكون، من وجهة النظر الاجتماعية، موضع رضى العائلة أو غيرها من الجماعات ذات المكانة الهامة عند الفرد، كما أن الفرد عادة ما يشعر أنه هو نفسه جزء من مثل هذه الاتجاهات والممارسات وأن تغييرها يسبب له الأذى شخصية ويباعد بينه وبين الحياة والرفاق الذين يتمايش معهم ويتعاطف معهم. ومن هنا فإن هذه التقاليد الاجتماعية الراسخة تجد من يدافع عنها دفاعاً قوياً.

(1) Scharmm, 1964, op. cit., p. 132.

ويمكن لنا أن نتعرف على مدى قوة هذا الدفاع إذا ما طالعنا الدراسات التي أثبتت أن النفس الإنسانية يمكن أن تنهب إلى أقصى مدى في صد النقد الموجه إلى والهجوم على المعتقدات والاتجاهات الراسخة. وعادة ما يختار الناس ما يؤيد معتقداتهم القوية من أنباء أو إذاعات أو مقالات ولا يلحظون أو لا يتذكرون ما هو ذلك^(١) وإذا تصادف وحصلوا عن طريق وسائل الإعلام، على مطومات ليست في صالح معتقداتهم القوية فمنهم، غالباً، يلجئون إلى تغييرها أو تحريفها.

ويعتقد شرام أن السيطرة الاجتماعية المباشرة على الاتجاهات تأتي، في معظم الأحوال، عن طريق العلاقات الاجتماعية بواسطة الأشخاص الذين يعجب بهم المرء ويحترمهم، أو بواسطة الجماعات التي ينتمى إليها المرء أو يتطلع للانتماء إليها^(٢). ومن السهل فهم ذلك، إذ أن الفرد يتمتع بقسط كبير من تجاربه المتعة في نطاق الجماعة، سواء كانت الجماعة العائلية أو جماعة العمل أو جماعة الترفيهية المكونة من أخلص الأصدقاء في النادي، أو الجماعة المنتقة نفس المبادئ السياسية أو الجماعة التي تشاركه الثقافة وتستمتع بها. وهكذا يتعلم الفرد في أي من هذه الجماعات أن يؤدي دوراً معيناً وأن يتبع قواعد معينة.

ومن ثم فإن ميكانيكية الإتصال المباشر والقرار الجماعي هما الأساس في عملية اتخاذ القرار. ووسائل الإعلام تستطيع هنا أن تعاون بطريقة غير مباشرة بتفنية المناقشة بالمعلومات، ويخلق الإدراك ويتوضيح القضايا المثارة.

هذا ويمكن أن نستنتج من البحوث التي أجريت عن الاتصال وظائف أساسية لوسائل الإعلام في عملية نشر الأفكار المستحقة كما يلي^(٣):

- (1) Festinger, 1962, o op. cit.
Lazarsfeld, Berelson, and Gaudet, 1948, op. cit.
Berelson, Lazarsfeld, and Mc phee, 1954, op. cit.
- (2) Schramm, 1973, op. cit., p. 133.
- (3) - UNESCO, Communication Media, Family Planning & Development, Population Communication: Technical Documentation, Paris: No. 1 : 1975, p. 23

وظائف الاتصال لنشر الافكار المستحدثة:

١ - وظيفة الحث : Motivation

وهذه الوظيفة تتمثل في البرامج المصممة لإثارة الاهتمام والتنبية والحث، بصفة عامة، على تبني فكرة مستخدمة مثل تنظيم الأسرة.

٢ - وظيفة التقييم : Evaluation

وهي تتمثل في البرامج المصممة لتقييم المعلومات لهؤلاء المهتمين بموضوع معين ويبحثون عن مواد إضافية - وصفية أو تحليلية - لكي تساعد على تقييم ما يبحثون فيه.

٣ - وظيفة الاخبار : Information

وهي الرسائل القصيرة التي يقصد بها تقييم الفقرات الإخبارية البسيطة مثل إعطاء معلومات عن أماكن وجود العيادات الطبية وعدد ساعات العمل بها.

٤ - وظيفة التعزيز : Reinforcement

إنه للاهتمام بموضوع ما أو الحفاظ على عادة معينة، فإنه يجب أن تقوم بعملية تعزيز. ففي مجال تنظيم الأسرة، حيث يجب التمسك والالتزام بوسائلها، فإن التعزيز والتأكيد المستمر أمر مطلوب.

٥ - الوظيفة المهنية : Professionals

وهي البرامج المصممة للمجموعات والأفراد المرتبطين مباشرة بأعمال التنمية مثل البرامج التي تعد للعاملين في ميادين التنمية والمدرسين والأطباء والقابلات.

هذا ونعتقد أن التعرض لوسائل الإعلام يؤدي إلى خلق اتجاه مؤيد، بصفة عامة، للتغيير ولكن هذا التعرض نادراً ما يؤدي إلى تغيير اتجاهات محددة بالنسبة للأفكار المستحدثة، وخاصة الاتجاهات الراسخة مثل الاتجاهات المتصلة بتنظيم الأسرة.

ويخلص روجرز Rogers وسفيننج Svenning من تحليلهما الذي إجرياه في كولومبيا بأن الدور الرئيسي لوسائل الإعلام قد يكون في خلق مناخ المصرية Climate of Modernization أكثر منه في تقديم التفاصيل المحددة المطلوبة لتبنى الأفكار الحديثة^(١).

وفي رأينا أن مناخ المصرية وهو مزيج من مطومات الفرد واتجاهاته ومعتقداته وسلوكه؛ هو الذي يكون ميله العقلي إلى التغيير. هذا وإن الفرد الذي تصف بأنه يتمتع بمناخ المصرية يمكن أن يتعلم بالخصائص التالية:

١ - البحث النشط عن المطومات عن الأفكار المستحدثة. وهذا الفرد يعرف أن بيئته تتغير وأنه من المهم له أن يسعى إلى فهم هذه التغييرات، بدلا من أن يعتمد على الوسائل التقليدية في التقلب في مشكلاته.

٢ - الاتجاه المؤيد للتغيير. والفرد الذي يمتلك مناخ المصرية يهتم بالأفكار المستحدثة ولا يرفضها بمجرد أنها أفكار جديدة بل يعمل على دراستها وفهمها أولا.

٣ - التطلعات الأعلى. هذا الفرد يرغب في الحصول على أكثر مما لديه، سواء كان ذلك فيما يتعلق بمستوى معيشته أو قسط التطعيم والمكانة المهنية التي وصل إليها هو وأولاده.

٤ - الانضباط الذاتي المحسوس Perceived Self-Control. وحيث يعتقد أن بإمكانه السيطرة أو التحكم في مستقبله مفضلا ذلك على أن يترك مستقبله بين أيدي الآخرين أو أن يتوركه للقتل. هذا وإن مثل هذا الاعتقاد عن الانضباط الذاتي أمر ضروري للفرد حتى يمكن أن يؤيد تبني الأفكار المستحدثة كوسيلة ملائمة لتحسين حياته.

(1) Rogers and Svenning, 199, op. cit., p. 116.

وفي رأينا أن مناخ العصرية يعد تمهيداً للأرض الخصبة لتبني الأفكار المستحقة.

هذا ويرى روجرز أن قناة الاتصال التي تصل بها الأفكار المستحقة إلى المستقبل مهمة أيضاً في تحديد قراره بتبني أو رفض الابتكار. ومن المعتاد أن اختيار قناة الاتصال يتوقف على المصدر. ويجب أن يتم هذا الاختيار في ضوء الغرض من عملية الاتصال والجمهور الذي ستبحث له الرسالة فإذا كان هدف المصدر مجرد أن يبلغ المستقبل بالفكرة المستحقة فغالبا ما تكون قنوات وسائل الإعلام هي الأسرع والأكفا خاصة إذا كان الجمهور المستقبل كبير العدد^(١).

ومن المعلوم أن قنوات وسائل الإعلام هي كل الأدوات التي تنقل الرسائل الإعلامية وهي تتضمن، ضمن ما تتضمنه، الصحيفة والراديو والتلفزيون التي تمكن مصدراً واحداً أو مجموعة قليلة من الأفراد من الوصول إلى جمهور عريض.

وفي الناحية الأخرى، إذ كان هدف المصدر إقناع المستقبل بتكوين اتجاه مؤيد للابتكار، فإن الاتصال المباشر يكون أكثر فاعلية. والاتصال المباشر يتضمن تبادل الرأي وجها لوجه بين المصدر والمستقبل^(٢).

ومع ذلك فإنه في ظروف معينة تكون تأثير وسائل الإعلام في تغيير الاتجاهات لتأييد الفكرة المستحقة مساوياً لتأثير الاتصال المباشر ومن هذه الظروف ما يلي:

- ١- عندما تكون الاتجاهات غير راسخة lightly held.
- ٢- عندما يمتلك المرسل ويتكسبه القناة درجة عالية من الثقة في نظر المستقبلين.

(1) Rogers 1973, op. cit., p. 262.

(2) Rogers 1973, op. cit., p. 271.

٢ - عندما تكون هناك درجة عالية من التجانس بين المصدر والمستقبل.

٤ - عندما تستخدم عدة قنوات لوسائل الإعلام في مزيج واحد وبالتالي فإن تأثير كل منها يعزز تأثير الأخرى.

ومن كل ما تقدم، نستطيع القول أن إختيار قناة الاتصال ينبغي أن يتم في ضوء هدف الاتصال والجمهور المستهدف. إن قناة الاتصال، التي تصل بها الأفكار المستحدثة إلى المستقبل، تعتبر وسيلة هامة في تحديد قراره في تبني الفكرة المستحدثة أو في رفضها. وإذا كان هدف المرسل هو مجرد إخبار المستقبل بالفكرة المستحدثة، فإن قنوات وسائل الإعلام هي الأسرع والأكفا خاصة إذا كان الجمهور ضعفاً وعريضاً.

وفي ضوء ما ذكرناه في هذا الفصل يمكن لنا أن نصوغ افتراضنا العام على النحو التالي:

في عملية اتخاذ القرار بشأن الابتكار أو الفكرة المستحدثة تكون قنوات وسائل الإعلام أهم نسبياً في مرحلة المعرفة، بينما تكون القنوات المباشرة أهم نسبياً في مرحلة الإقناع وسنبين هذا في الصفحات التالية.

عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة

إن عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة هي عملية لغنية، أي تتصل بمقل الفرد. ذلك أنه ينتقل من خلال تفكيره من مرحلة المعرفة الأولى بالفكرة المستحدثة إلى مرحلة اتخاذ قرار بتبنيها أو برفضها، ثم إلى تأكيد هذا القرار.

ويضع روجرز "Rogers" وشوملكر "Shoemaker" إطاراً يتضمن أربع وظائف أساسية في هذه العملية^(١). وهذه الوظائف هي:

(1) Rogers and Shoemaker, 1971, op. cit., p. 132.

١ - المعرفة: حيث يتعرض الفرد لوجود الفكرة المستحدثة ويحصل على بعض الفهم عن كيفية تحقيقها.

٢ - الاقتناع: إما أن يكون الفرد إتجاها مؤيداً للفكرة المستحدثة أو أن يكون إتجاها ضدما.

٣ - القرار: ينهمك الفرد في الأنشطة التي تؤدي به إلى اختياره، إما بتبنى الفكرة المستحدثة أو برفضها.

٤ - تأكيد القرار: إما أن يسعى الفرد إلى تدعيم القرار الذي اتخذته بشأن الفكرة المستحدثة بأن يؤكد ويستمر في تنفيذه، أو أن يتقلب على قراره السابق إذا تعرض إلى رسائل متناقضة حول الفكرة المستحدثة.

ولكى نوضح هذه الوظائف أو المراحل الأربع في عملية اتخاذ القرار بشأن الأفكار المستحدثة فسوف نقوم بمناقشتها من خلال التعرض إلى حملة تنظيم الأسرة.

دور الاتصال

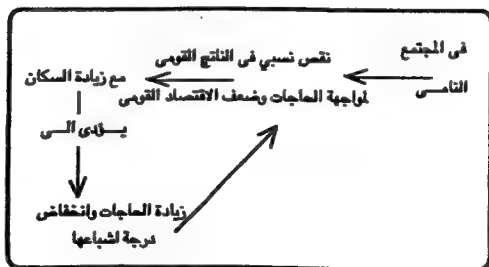
في مشكلة التضخم السكاني

ينصب، عادة مفهوم المشكلة السكانية على التزايد السكاني بمعدلات سريعة هذا التزايد الذي يعد سمة من سمات الدول النامية، أو الأقل نمواً وازدياد التعمق في مفهوم المشكلة السكانية نجد أن تلك المشكلة قد تظهر في دول متعددة لأسباب تتبع أساساً من طبيعة التركيبة السكانية وحاجاتها . ومن المعلوم أن للسكان في كل مجتمع - وليس النامي فحسب - مشكلات متعددة يمكن تصنيفها تحت المشكلة الرئيسية الأم وهي «عدم تلبية الحاجات»: حاجات الفرد والمجموع وكذا حاجات حكوماتهم، وهي حاجات متنوعة ومختلفة في المجتمع الواحد وبين المجتمع والآخر.

ولذلك فإن نوعية وطبيعة وحجم المشكلة السكانية تختلف بين هذا المجتمع وذلك نتيجة لاختلاف تلك الحاجات التي تعتمد على عوامل متعددة مثل طبيعة وخصائص السكان وحجم الثروة الطبيعية للمجتمع ومعدلات الناتج والاستهلاك

والدخل القومي ومعدلات استخدام التكنولوجيا المتقدمة فيه وعوامل اقتصادية واجتماعية وسياسية اخرى كثيرة. ومهما يكن من امر فانه من الظواهر الهامة للمشكلة السكانية انه لا بد وأن يكون لها في النهاية تأثير ما على اقتصاديات المجتمع. فمثلا من اهم حاجات المجتمع النامي والكبير ما يستهلكه السلع الاستهلاكية التي في مقبضتها المواد الغذائية وهي تصنف كحاجات اساسية لسكان تلك المجتمعات ومن ضرورات الحياة (غذاء - كساء ...) فيزداد استهلاكهم منها بدرجة اكبر كثيرا من استهلاكهم من السلع الكمالية و السلع الرفاهية، والعكس صحيح في المجتمعات المتقدمة اذ يسمى سكانها الى اشباع حاجاتهم من سلع الرفاهية بدرجة اكبر من حاجاتهم الاساسية. ويرجع ذلك بصفة رئيسية الى ان اقتصاد المجتمعات النامية لا يكون عادة متمشيا الى درجة يمكن معها تلبية متطلباتهم من اساسيات الحياة وايضا متطلباتهم من الكماليات فيقتصر الامر على محاولات لجرد تلبية النوع الاول من الحاجات. ولذلك فانه من الطبيعي ان يكون ازدياد عدد سكان تلك المجتمعات تأثير مباشر يؤدي الى ازدياد حاجاتهم من ضرورات الحياة فاذا كان الناتج القومي، لا يغطي تلك الحاجات ازدياد درجة عدم تلبية الحاجات وازدياد المشكلة.

الحاجات والناتج القومي ودرجة الاشباع



انن فزيادة القوة البشرية ^(١) - رغم اهميتها كعنصر هام ولاغنى عنه للانتاج - فى المجتمعات النامية يترتب عليها ، عادة زيادة الحاجات وبالتالي زيادة الاستهلاك وتقص كمية الانتاج القومى وبالتالي نقص الباقى منه للتصدير بل وانعدامه - من بعض المنتجات - احيانا . فالزيادة السكانية فى هذه المجتمعات غير الفنية الضعيفة اقتصاديا ، عن حد معين تعتبر انن مشكلة . ويمكن ان تنقسم القوة البشرية فى أى مجتمع الى قسمين رئيسين:

أ- قوة عاملة ومنتجة . ب - يد غير عاملة أو غير منتجة .

وحتى تحقق العمالة كقوة بشرية - المنافع المرجوه منها فلا بد أن تعمل بمعايير Standards متعارف عليها وبحيث تكون انتاجيتها productivity بالمعدلات Quantity المناسبة وبالجودة Quality المطلوبة وبالتالي تكون السلع المنتجة والخدمات المقدمة للمجتمع على أعلى مستوى ممكن فيزداد الكم المنتج وتحسن نوعيته ويزداد التصدير منه ثم يدخل القومى .

اما اذا لم تحقق العمالة - فى أ- ذلك وام تعط استفادة utilization كاملة كمقابل match يزيد على ، أو يعادل ، تكلفة الاجور التى تحصل عليها ، أصبحت هذه العمالة ، فى تلك الجزئية ، غير منتجة . فاذا أضفنا لهذا الجزء غير المنتج الايدى غير العاملة - فى ب- وهى اما عمالة فى وظائف لا تعطى أى انتاج لعدم وجود اعمال لهذه الوظائف بالفعل- وهى ما يطلق عليها البطالة المقنعة - masked employ- ment أو افراد ليست لهم وظائف سواء كانوا قانريين على العمل ويريدونه أو لا يريدونه رغم انهم يستطيعون القيام به ، ثم غير القانريين على العمل كالاطفال والشيوخ والعجزة ، يتضح حجم المشكلة التى يجب التغلب عليها بأن تغطى العمالة المنتجة أعباء الايدى غير المنتجة .

(١) المزيد انظر :

• مقدمة هذه الطبعة .

• هيئة الأمم المتحدة - برنامج المؤتمر الدولى السكان والتنمية ، مرجع سابق .

والتركيبة المذكورة قائمة في كل مجتمع غير انه في المجتمع الصناعي المتقدم تعطى العمالة المنتجة (مع الثروات الطبيعية) الناتج القومي الذي يفي بالاستهلاك القومي ويزيد للتصدير، في حين ان الامر غير ذلك في المجتمع النامي حيث تزداد حاجات سكانه واستهلاكهم عن الناتج القومي فيضطر الى اللجوء الى الغير.

مفهوم المشكلة السكانية :

نعني بالمسألة السكانية أنها حالة لا يستطيع عندها المجتمع ان يفي بمتطلباته وحاجاته (استهلاكه) فيلجأ للغير لاشباعها (استيراد واقتراض). أي انها حالة تتمثل كثيرا في عدم قدرة المجتمع على الوفاء - ذاتيا - بحاجاته ايا كانت وتحقيق اهدافه فيتحول الى مجتمعات أخرى لتلبيةها فتتم معاملات أو مبادلات تجارية بينه وبين هذه المجتمعات، بعضها قد يرهق اقتصاده، فيزداد حجم الاستيراد عن التصدير ويضطر الى الاقتراض فيزداد اقتصاده ضعفا، وكما لو ضحنا فإن حاجات المجتمع وحاجات حكوماته تختلف عادة من مجتمع الى آخر نتيجة عوامل متعددة أي أن أهمية تلك الحاجات بين دولة وأخرى نسبية فما هو هام للمجتمع النامي قد لا يكون كذلك للمجتمع المتقدم والعكس صحيح.

وينبغي أن نوضح نقطة هامة وهي أن زيادة حجم الاستيراد وتنقص حجم التصدير ليس دائما سمة اقتصاد الدول النامية أو دول العالم الثالث، بل قد يظهر هذا المعجز (زيادة الاستيراد عن التصدير) في دول متقدمة اقتصاديا مزدهر (جدول تالي). ويتبين من الجدول أن الاستيراد زاد على التصدير سنة ١٩٩٢ في أمريكا وفرنسا وألمانيا والنمسا حوالي ١٢١.٧.٢٥.١٠ مليون دولار أمريكي على التوالي رغم أن اقتصاد تلك الدول يبدو - بالمقارنة لدول أخرى - قويا ومتناميا. فالتأثير القومي المحلي في نفس السنة في تلك الدول مرتفعا ويبلغ فيها على التوالي حوالي ٥٩٢٠.١٣٢٠.٥٧٥.١٨٥ بليون دولار أمريكي كما أن معدل نصيب المواطن في نفس السنة من هذا الناتج مرتفعا أيضا ويبلغ على التوالي حوالي ٢٢.٢٣.٢٢.١٤.٢٢ ألف دولار أمريكي. ولكن ومع ذلك فإن تلك الدول الفنية مشكلة اقتصادية.

العجز والناتج ومعدل نصيب الفرد (١)

الدولة	الناتج القومي بليون دولار أمريكي (١٩٩٢)	معدل نصيب الواحد منه (الف دولار) (١٩٩٢)	زيادة الاستيراد من التصدير بليون دولار أمريكي (١٩٩٢)
أمريكا	٥٩٢٠	٢٣	١٣١
فرنسا	١٣٢٠	٢٢	٧
إسبانيا	٥٧٥	١٤	٣٥
ألمانيا	١٨٥	٢٢	١٠

وقد تكون مشكلة سكانية وأمل من أهم مظاهر تلك المشكلة الاقتصادية وجود ذلك العجز في المعاملات التجارية الدولية لهذه الدول. وبين لنا ذلك العجز أن الدولة لم تستطع تلبيه حاجات مواطنيها ذاتياً فاجأت للاستيراد (الذي تجاوز حجمه التصدير). وتسمى كل دولة من دول العالم باستمرار أن تكفي امكانياتها (ناتج قومي بما فيه الثروة الطبيعية) حاجات مواطنيها (على اختلاف أنواعها ووفقاً لرغبات حكوماتهم) وبالشكل الذي يحقق لها أعلى استفادة ممكنة.

المشكلة السكانية في مصر

ونجد في مصر أنه بالرغم من أن اقتصادنا في نمو ومعدلات مرتفعة فإن جانباً رئيسياً من المشكلة السكانية يرتبط ودرجة كبيرة بالزيادة السكانية والكثافة السكانية.

(1) World Bank, World Development Report 1994, Oxford University Press, NY, 1994, pp.163 - 187.

تزايد عدد السكان :

قبل ان نتعرض للزيادة السكانية فى مصر يهم الاشارة الى استثناء هام وهو انه بالرغم من ان التضخم السكانى وارتفاع الكثافة السكانية سمحتين هامتين من سمات المجتمعات فى الدول النامية ودول العالم الثالث وعليهما عادة يقع عبئ انخفاض معدلات النمو الاقتصادى وانخفاض مستوى المعيشة وبخل الفرد، الا ان ذلك قد لا يعتبر تعميما فى كل الاحوال. اذ تبين الاحصاءات بعض المؤشرات الهامة عن كثافة سكانية عالية فى بعض الدول ومع ذلك فاقتصادها لم يتأثر ولم يضعف كنتيجة لهذه الكثافة السكانية المرتفعة. فمثلا قد تعاني دولة سنجاپور من مشكلة كبيرة فى الكثافة السكانية (٢٨٠٠ فرد فى الكيلومتر المربع) وعلى العكس من ذلك فان الولايات المتحدة الامريكية لا تعاني من مشكلات ظاهرة تنبع من زيادة السكان او ارتفاع الكثافة السكانية (٢٧فرد فى الكيلومتر المربع) علاوة على انها تعد اقوى دولة فى العالم واكثرها استخداما لعلم والتكنولوجيا ومع هذا نجد ان متوسط نصيب المواطن فى سنجاپور من قيمة صادرات بلاده سنة ١٩٩٢ . يزد بـ ٢٠٩٩٠ دولار امريكى عن متوسط نصيب المواطن الامريكى من صادرات بلاده فى ذات السنة حيث يبلغ نصيب الفرد فى كل من سنجاپور والولايات المتحدة على التوالى: ٢٣٦٢٨، ١٦٤٨٠ دولار امريكى.

يضاف الى هذا بله لم يترتب على ارتفاع الكثافة السكانية فى سنجاپور عنها فى امريكا بمعدلات كبيرة زيادة متوسط نصيب الفرد من الناتج القومى فى امريكا بمعدلات كبيرة ايضا وانما زاد هذا المتوسط فى امريكا عنه فى سنجاپور بمعدل ٤٧٪ فقط حيث بلغ سنة ١٩٩٢ فى كل منها على التوالى ٢٣٢٤٠، ١٥٧٣٠ دولار امريكى.

من هذه الامثلة الواقعية لا يمكن التعميم بأن الزيادة السكانية وزيادة الكثافة السكانية هما وحدهما وفى كل الاحواله اساس المشكلة السكانية بالمفهوم الذى نعنيه فى دول العالم الثالث بصفة خاصة والدول عموما، بل لابد من تأثير عوامل اخرى فى هذا الصدد.

ويعد التعرض لهذه الجزئية الهامة والحاقا لما لوردناه في المقدمة نقول انه في مصر قد تضاعف عدد السكان في خمسين عاما من سنة ١٨٩٧ الى سنة ١٩٤٧ من ٩.٧ مليون نسمة الى ما يزيد على ١٩ مليون نسمة ثم تضاعف ايضا في الثلاثين - وليس الخمسين سنة التالية. واستمرت الزيادة السكانية حتى بلغ عدد السكان سنة ١٩٨٢، ٤٤ مليون نسمة وفي سنة ١٩٩٢ ٤٤.٧ مليون نسمة والمتوقع سنة ٢٠٠٠ (١) ٦٣ مليون، كما أن متوسط معدل الزيادة السكانية السنوى خلال ٨٠-١٩٩٢ بلغ ٢.٤٪.

ومن المعروف ان من العوامل التي تؤثر على زيادة السكان ويرجع معظمها الى السلوك السكاني، رغم ما تقوم به الدولة في هذا الصدد، مايلي:

١- ارتفاع معدل المواليد: اذ انه بالرغم من ان الدولة خفضت هذا المعدل حتى بلغ ٢٨٪ سنة ١٩٩٢ إلا انه مازال مرتفعا عنه في بعض الدول النامية ودول العالم الثالث في نفس السنة: ٢٪ تايلاند، ٢١٪ سيريلانكا ٢٥٪ اندونيسيا المكسيك ومرتفعا عن الدول الصناعية المتقدمة: ١٠٪ إيطاليا، وألمانيا، ١١٪ اليابان، ١٢٪ النمسا، ١٥٪ كندا.

٢- انخفاض معدل الوفيات: وقد نجحت مصر، بفضل سياستها الصحية، في خفض هذا المعدل رغم أن الأعمار بيد الله سبحانه وتعالى من ١٩٪ سنة ١٩٦٥ الى ٠.٩٪ سنة ١٩٩٢ ورغم هذا فإنه مازال مرتفعا عن بعض الدول النامية ودول العالم الثالث: ٦٪ في سيريلانكا ونيكاراجوا .

٤- انخفاض معدل استخدام وسائل تنظيم الأسرة: رغم ان هذا المعدل يبلغ في مصر ٢٨٪ فإنه مازال منخفضا بالنسبة لما تستخدمه بعض الدول النامية ودول العالم الثالث: ٦٦٪ تايلاند، ٦٥٪ كولومبيا وما تستخدمه الدول المتقدمة ٧٨٪ ألمانيا الاتحادية، ٧٣٪ ألمانيا الاتحادية، ٧٣٪ كندا - ٦٤٪ اليابان.

٥ - ارتفاع نسبة الأمية: رغم الجهود التي بذلتها وتبذلها مصر

(1) World Bank, 1994 , op . cit , p.210

انخفض نسبة الامية فان معدلها مازال مرتفعاً ويبلغ ٥٢٪ سنة ١٩٩٢ (١) وهذا المعدل اقل منه بكثير في بكثير في دول نامية ودول من دول العالم الثالث مثل ٧٪ تايلاند وكوستاريكا، ١٢٪ سيريلانكا.

الكثافة السكانية :

واعلم مما يزيد من عبء مشكلة النمو في عدد السكان- مع عدم كفاية الموارد المتاحة لمقابلة متطلبات هذا النمو- تتركز السكان في مساحة ضيقة طول نهر النيل وفي الحضر:

أ- ارتفاع نسبة الكثافة السكانية:

فيتمركز معظم السكان (٩٧٪) في مساحة تعادل حوالي ٦٪ من مساحة مصر ويزداد التركز في الاراضي المزروعة التي تصل الى حوالي ٢٪ من المساحة الكلية لمصر. ومن ثم فان الكثافة السكانية المحسوبة على المساحة الكلية قد تبلغ في سنة ١٩٩٢/٥٥ فرد في الكيلومتر المربع وإذا حسبنا الكثافة على اساس المساحة المزروعة فانها قد تزيد على ١٨٢٢ فرد في الكيلومتر المربع.

ب- زيادة تركز السكان في الحضر:

وقد زاد عدد سكان الحضر من ١٧٪ من جملة عدد السكان سنة ١٩٠٧ الى ٤٤٪ من جملة عدد السكان سنة ١٩٧٦ الى ٤٧٪ من جملة عدد السكان سنة ١٩٨٨.

ج- زيادة تركز السكان في القاهرة والاسكندرية:

وقد ازداد الضغط السكاني وشدة على القاهرة والاسكندرية حيث يبلغ عدد السكان فيهما حوالي ٦٠٪ من جملة سكان الحضر. وقد بلغت الكثافة السكانية سنة ١٩٨٢ في القاهرة وحدها ٢٦١٤٨ فرد في الكيلومتر المربع.

ومن اهم النتائج المترتبة على كل ذلك:

• نقص الانتاج الزراعي وانخفاض درجة استخدام التكنولوجيا الحديثة.

(1) World Bank, 1994 , op . cit , p.162

* نقص نسبى فى الانتاج الصناعى خاصة الذى يعتمد فى جانب منه على الانتاج الزراعى (كإنتاج السكر وزيوت الطعام والمواد الغذائية بصقة عامة).

* تكس الايدى العاملة وتظهر البطالة المقنعة وعلى الاخص فى الحضر.

* زيادة معدلات الاستهلاك وبصفة خاصة من السلع الاستهلاكية (ومن اهمها المواد الغذائية).

* انخفاض معدلات التصدير.

* انخفاض كفاءة الخدمات فى الحضر (اسكان- مياه- انارة- صرف- صحى- بريد- تليفون)

عدم كفاية التصدير:

يعتبر التصدير واحدا من الموارد الهامة للدولة خاصة من الانتاج الزراعى كالحقن وبعض المواد الغذائية فاذا انخفض الناتج منه أثر بالتالى على الناتج القومى، ومع زيادة الاستهلاك وارتفاع معدلات النمو فى عدد السكان، فان الباقى لىون استهلاكه من بعض انواع المواد والسلع لن يكفى لجلب موارد كافية من التصدير والىاا لما جاء بالمقدمة المعادلة التالية توضح ذلك:

كمية الناتج السلمى = الاستهلاك + التصدير + المخزون السلمى القومى.

فكلما زاد الانتاج وامكن تغطية استهلاك المواطنين منه كلما امكن زيادة معدلات التصدير^(هـ). وبالعكس كلما زادت معدلات الاستهلاك نتيجة للتضخم فى عدد السكان وزاد الناتج القومى لكن بمعدلات لا تكفى هذا الاستهلاك انخفض الباقى للتصدير حتى يبلغ نقطة معينة ينتج فيها الاستهلاك الناتج القومى فيتم الاستيراد. فاذا بلغنا تلك المرحلة فان الامر يتطلب اعادة المعادلة المذكورة الى وضع التوازن وفيما يلى بعض الاقتراحات فى هذا الشئ.

(هـ) ونحتاج ايضا لزيادة التصدير من الخدمات غير المرسمة كالخدمات الاستشارية والخدمات التى يقدمها خبراءنا من افكار وجهه عقلية.

اقتراحات لعلاج نقص الموارد من التصدير:

للتصدير، وكما هو معلوم، أهمية كبيرة فهو يجلب عمله صعبه من ناحية ويساعد، طالما تم تغطية الاستهلاك القومي، في خفض مدفوعات العملة الصعبة للاستيراد، ولكي نرفع كفاءته فإنه يمكن:

* زيادة الناتج القومي ويتم ذلك بزيادة الاستثمارات في الزراعة والصناعة مع القضاء على البطالة المقتنة.

* رفع درجة جودة الناتج القومي من المواد والسلع التي يمكن تصديرها مع خفض اسعارها، ما أمكن من الاسعار العالمية.

* خفض معدلات الاستهلاك القومي وزيادة معدلات تبني تنظيم الأسرة ومن المتبع في ذلك مثلاً خفض معدلات زيادة المواليد وبالتالي خفض معدلات زيادة السكان وخفض حاجاتهم ثم استهلاكهم.

* زيادة معدلات دراسة التسويق الخارجي وفتح أسواق جديدة.

وقد ارتفع الناتج القومي في مصر من حوالي ٤.٥ بليون دولار سنة ١٩٦٥ إلى حوالي ٢٢.٦ بليون دولار أمريكي سنة ١٩٩٢ حيث بلغ متوسط نصيب الفرد من ذلك في تلك السنة ٦٤٠ دولار.

تطور استخدام اصطلاح

تنظيم الأسرة

يبدو أن فكرة تنظيم الأسرة هي واحدة من الأفكار المستحدثة سريعة الانتشار ورغم أن تلك الفكرة لم تستخدم علمياً على نطاق واسع في الكتابات إلا في القرن العشرين فإن وسائل تنظيم الأسرة استخدمها بالفعل قديماً المصريين من آلاف السنين، إذ تبين أنه قد كتب على ورق البردي وصفه طبية (أي روشة) لضبط النسل، حيث كانت سيدات الطبقة الراقية تستخدم آنذاك عدة وسائل لضبط النسل وفي سنة ١٩١٤ كتبت مارجريت سنجر في الدورية الشهرية التي تصدرها أن هدف

(1) World Bank, 1994, op. cit., p.162

رسالة الاتصال عن ضبط الانجاب هو نقل كلمات قصيرة محدودة عن تلك الفكرة الى الجمهور المثقّى. وقد اثار رأيها عن ضبط الانجاب بعض المفكرين على اعتبار ان ضبط الانجاب سياسة للسلوك الاتجابى ومن ثم فان تنبيه يتعارض مع حرية الانسان. ورغم هذا فقد استخدم اصطلاح ضبط الانجاب حتى سنة ١٩٣٩ عندما تغيرت التسمية بتشكيل المجلس القومى لتنظيم النسل فى بريطانيا ثم تغيرت التسمية سنة ١٩٤٢ عندما تشكلت جمعية تنظيم الاسرة. وفى نفس السنة تشكل فى امريكا اتحاد تنظيم النسل ثم تغيرت التسمية الى تخطيط الاسرة عندما تشكل اتحاد تخطيط الاسرة، وتعذلت التسمية فى نهاية الاربعينات الى تنظيم الاسرة.

ويمكن اعتبار تنظيم الاسرة البرنامج الذى يؤدى الى، ويساعد على تنظيم الحمل، وقد يهدف احيانا منع الاجهاض كما انه ايضا- وعلى العكس مما تقدم- برنامج يساعد فى علاج العقم والانجاب، غير ان هذه الحالة الاخيرة قد تكون قبلة حدوث وعلى الاخص فى الدول النامية. ومن ثم يمكن اعتبار فكرة تنظيم الاسرة مفهوم مرادف لمفهوم تنظيم الحمل وضبط الانجاب والاسرة المنظمة. ويعتبر تنظيم الاسرة هو الاصطلاح الاكثر استخداما فى نول العالم لانه يحمل لفظ الاسرة التى تتكون من أب وام وأولاد فى تنظيم معين يصنع فيه الوالدان قرارهما الفعال لصالح الاسرة، ثم المجتمع، بتحديد عدد مرات الانجاب. ومن ثم فان تنظيم الاسرة والسلوك الانجابى مرتبطان برباط وثيق بالمعتقدات الجوهرية للفرد (كأب أو كأم) وهى كامنّة فى شخصية الفرد وصعبة جدا فى التفسير. وذلك فان المعنى على القائمة على تنظيم الاسرة (المخططين والمنفذين والباحثين والمتابعين...) كبير للغاية.

اذن فمن الاهداف الاساسية للعمل بتنظيم الاسرة :

- ١- منع الانجاب غير المرغوب فيه.
- ٢- ايجاد فترة بين انجاب طفل وآخر.
- ٣- خفض العدد المرغوب فيه من المواليد.
- ٤ - مساعدة الأزواج الذين يعانون من عدم الخصاب.

نتائج بعض الأبحاث

عن دور الاتصال فى حلول المشكلة

أوضحنا ان من أهم طرق علاج المشكلة السكانية زيادة الناتج القومي وخفض الاستهلاك وإل من أهم الإجراءات اللازمة لذلك التوعية بأهمية المشكلة والتوعية بضرورة اتباع وسائل تنظيم الأسرة باعتبارها أحد الطول الرئيسية لوقف، ثم لتخفيض، النمو فى عدد السكان ولتخفيض حاجتهم.

وقد أجريت دراسات ميدانية ممتدة فى كثير من دول العالم الثالث بأمريكا اللاتينية وآسيا على دور الاتصال فى حملة تنظيم الأسرة كفكرة مستخدمة حيث تبين مايلي:

- ١- ان الزيارات المنزلية التي يقوم بها المتخصصون فى تنظيم الأسرة المثلى تعتبر إحدى الوسائل الناجحة وأضمنها لتنظيم الأسرة.
- ٢ - يمكن استخدام وسيلة واحدة من وسائل الاعلام- كالراديو- لخلق الوعي عن الفكرة المستخدمة على نطاق واسع.
- ٣ - ولدى إمكان وسيلة واحدة من وسائل الاعلام اثارة المناقشات حول الفكرة المستخدمة.
- ٤ - يكون تأثير وسائل الاعلام فى نشر الفكرة المستخدمة عن تنظيم الأسرة كبيرا طالما استخدمت معها وسائل الاتصال المباشر مثل نوادى الاستماع وزيارات العاملين فى تنظيم الأسرة المثقفين.

الحوافز

يمكن اعتبار الحوافز وسيلة هامة من الوسائل التي تساعد على تبني تنظيم الأسرة.

تعريف الحوافز وأهميتها :

اتبعت كثير من الدول وعلى الأخص دول العالم الثالث أساليب متعددة لزيادة معدلات تبني الجمهور المطلق فكرة تنظيم الأسرة سواء باستعمال وسائل منع الحمل أو منع الاختصاب أو غيرها. ومن الأساليب التي تتبعها الدول لتشجيع الجمهور على التبني وزيادة معدلاته استخدام نظام الحوافز

ويمكن تعريف الحوافز بأنها مدفوعات نقدية أو مينية مباشرة أو غير مباشرة تمنح الفرد أو للفريقين أو لمجموعة من الأفراد لكي تشجع على تغيير سلوك ظاهري، ويحيث يترتب على هذا التغيير، مادة، تبني فكرة مستحثة كفكرة تنظيم الأسرة.

ورغم أن كثيراً من الدول يتبع نظام الحوافز ويعتبر تكاليفه جزءاً من ميزانية تنظيم الأسرة مما يدل على أهميته لتلك الدول، فإنه ومع ذلك لم يحظ (نظام الحوافز) بالدراسات والبحوث العلمية، خاصة في الستينات والسبعينات، بما قد لا يعطينا تعميماً طمياً على تلك الأهمية وعلى تأثير هذا النظام على تنظيم الأسرة. وقد بدأ استخدام الحوافز في «تاميل نادو» التي كان اسمها «ماندرا» بالهند سنة ١٩٥٦ ثم في الباكستان وبنجلاديش واندونيسيا وتركيا وتايوان وماليزيا وكوريا الجنوبية وغانا وموريشيوس ومصر.

انواع الحوافز :

ويمكن أن تنقسم الحوافز الى عدة انواع حسب المستفيد منها وحسب طبيعتها وتوقيت منحها وغير ذلك.

١- حوافز مباشرة أو غير مباشرة:

فالحوافز قد يستفيد منها المتبني مباشرة وقد يستفيد منها (بطريقة غير مباشرة) الشخص الذي شجع أو ساعد على هذا التبني، كما قد يستفيد كلاهما

منها، ويمكن منح العاملين بالمركز والوحدات الطبية في الريف حوافز (غير مباشرة) وايضا يمكن منح العاملين في مراكز وحملات تنظيم الاسرة حوافز غير مباشرة وذلك اذا ما تحققت معدلات عالية لتبني تنظيم الاسرة.

يضاف الى هذا بأنه يمكن العمل بنظام المنافسة حيث يتم التنافس بين المناطق وبعضها على تحقيق اعلى معدلات تبني أو تحقيق معدلات التبني التي يحددها جهاز تنظيم الاسرة، فاذا تم الوصول الى تلك المعدلات يمنح العاملون في مراكز تنظيم الاسرة وفي الوحدات والجهات التي تتولى حملات تنظيم الاسرة (أو في احدهما حسب الاحوال) في المناطق الفائزة، حوافز.

٢- حوافز للفرد أو لجموعة:

وقد تمنح الحوافز للفرد كمكافأة على تبني تنظيم الاسرة كما قد تمنح لجموعة بحيث يكون لكل فرد فيها نصيب متساوي ففي الهند في السبعينات كان يتم اعطاء مستشار القرية حافزا مقداره «٥ روبية» لكل عملية تعقيم تتم في القرية.

٣ - حوافز ايجابية أو حوافز سلبية:

فتمنح حوافز (ايجابية) للمتبنى عندما لا يتجاوز عدد الاطفال ثلاثة، فاذا زاد العدد عن ذلك حوّل الفرد ويألتى الاسرة بحوافز سلبية كأن تتحمل تكاليف الولادة الارابعة ولا تمنح الام اجازة وضع عن هذه الولادة وهو ما يحدث في بعض الدول الاسيوية.

٤- حوافز نقدية أو عينية:

تمنح الحوافز نقدا أو في شكل غير نقدي مثل هدية ففي الهند كان يمنح الشخص الذي يتبنى تنظيم الاسرة شعاعا أو ميدالية أو شارة أو ابريق شاي وهو ما اتبع في الاسكتلندية في السبعينات كما قد يمنح المتبنين بعض المواد الغذائية كما حدث في الهند. وفي الباكستان كان يمنح المتبنين في السبعينات حوالي ٢٢ دولار امريكي (مايعادل ١١٠ روبية) في الشهر كراتب اساسي بالاضافة الى حافز يصل الى ٢٠٪ من الراتب السنوي محسوب على اساس طول فترة منع الحمل.

ويتم اجراء الدراسات الميدانية في بعض الدول الاسيوية بأن يعد فريق العمل الميداني سجلا شاملا لكل زوجين صالحين. والزوجان الصالحان هما:

١- لئيهما طفل أقل من ٥ سنوات.

ب- الزوجة فى سن الاخصاب.

ويشمل السجل كل المعلومات عن الزوجين، والاسرة بصفة عامة: السن- عدد الاطفال- عدد الاولاد- عمر اصغر طفل- عمل الزوج وعمل الزوجة... وفى العادة فان كل فريق يعمل على حوال ١١٠٠ أسرة.

٥- حوافز فورية أو مؤجلة:

يمكن منح المتبنى الحافز فور عملية التبني كأن تضع الزوجة «اللولب» وقد يؤجل الحافز لفترة طويلة (سنوات) لتمنح مجانية التعليم للولاد الثلاثة دون الرابع. وفى الهند كان يعطى للمتبنى ارض زراعية. والحافز الفوري هام لانه يخلق فى ذهن الفرد درجة عالية من المزايا المرتبطة بتنظيم الاسرة فتكون هناك علاقة قوية بين المزايا والتبني.

٦ - حوافز مرتبطة بمنحل الفرد:

فقد تمنح الحوافز من النظر الى الفترة المالية المتبنى وقد تمنح الحوافز حسب دخل المتبنى كأن تزداد القيمة المالية للحافز مع زيادة دخل الفرد مما يشجع بدرجة اكبر على عملية التبني. فمثلا فى عرض ١٥ جنيها على الفرد الذى لم يبلغ دخله ٧٠ جنيها شهريا مقابل تبنيه تنظيم الاسرة نجد ان تلك القيمة قد تشكل حافزا هاما له على التبني، فى حين ان ذلك المبلغ قد لا يكون له اهمية كبيرة أو فعالة لشخص يبلغ دخله الشهرى ١٥٠ جنيها.

٧- حوافز مستمرة وثابتة أو مرة واحدة:

قد يمنح الحافز المتبنى بصفة مستمرة مثل راتب شهري أو يمنح مرة واحدة كمنح آلة زراعية أو هدية.

٨- حوافز للقضاء على الخصوبة (التعقيم) أو لمنع الانجاب:

ويتغير عادة حجم وأهمية الحافز فى كل حالة. فى الحالة الاولى يجب ان يتلقى فيها المتبنى حافزا كبيرا اما الحالة الثانية فالحافز فيها للمتبنى اقل. ومن حوافز منع الانجاب فهي:

• فورية أكثر منها مؤجلة.

• وهي تفلح لاستخدام وسائل منع الحمل أكثر من منحها لعدم الانجاب.

• تفلح بمبالغ صغيرة.

• تفلح للمتبنى الذي يسعى لتجنب الحمل.

ويماب على الحواجز ان المتبنى قد يربط بين هذا التبنى وبين الحافز.

الاتصال المحظور

أشرنا فيما تقدم الى اهمية دور قادة الرأي في زيادة تنمية الرفح المصري بزيادة معدلات ادراك ولهم الافكار المستحثة وزيادة معدلات تبنيها وكما أوضحنا فإن دور قادة الرأي يظهر جليا في نظرية الاتصال على مرحلتين التي من مفهومها ان الفكرة المستحثة تنتقل من وسائل الاعلام الى قادة الرأي أولا ثم منهم الى المتلقين ولعل من اهم المهام التي يقوم بها قادة الرأي في هذا الصدد هو دورهم في الاتصال المحظور. وفي هذا يهم أن نعرض لبعض نتائج بعض الدراسات والبحوث التي اجريت في دول نامية من هذه الانوار والمهام فيما يلي:

إن نموذج الاتصال على مرحلتين هو عملية تنتقل عن طريقها الافكار الجديدة من وسائل الاعلام الى قادة الرأي ومن هؤلاء ومن خلال قنوات الاتصال المباشر، الى التلميعين (أو المتلقين)^(١). ومثذ أن اكتشف نموذج الاتصال على مرحلتين وتم شرحه في سنة ١٩٤٠، فإن ابحاث الاتصال تشير الى احتمال وجود عدد من الخطوات المتتيرة في تفلح الاتصال، غير أن الخطوة الاولى قد لا تتم بالضرورة من خلال قنوات وسائل الاعلام وانما من خلال قنوات الاتصال المباشر.

١- ذكر «سيمونز» في دراسته سنة ١٩٦٩ في الهند ان حوالي ٢٠٪ فقط من

(1) Rogers, Everett., Diffasium of Imnaation,

النساء الهنديات في العينة، التي درس عليها، قالت ان معرفتهن بوسائل منع الحمل جاءت عن طريق قنوات وسائل الاعلام^(١).

٢- ووجد «بالمورد» في دراسته في تايلان سنة ١٩٦٨ ان ١٦٪ فقط من النساء في العينة يعرفن عن وسائل منع الحمل من قنوات وسائل الاعلام^(٢).

٣- كما وجد «ليو» و«دف» في دراستهما في مدينة الفلبين ان وسائل الاعلام حقيقة لم تلعب دورا هاما في نشر المعلومات عن تنظيم الاسرة في حين كان تأثير الاصغاء والاقارب والجيران هو التأثير السائد^(٣).

٤- ووجد «بلاك» و«شمان» و«ماتى» في دراستهما «في هوجلي» في منطقة كلكتا بالهند سنة ١٩٦٦ ان الاصغاء والاقارب هم اهم قنوات الاتصال من اجل المعرفة بتنظيم الاسرة. وقد تبين ان معدل تبني وسائل منع الحمل قد زاد بمقدار ٨٪ كنتيجة لعمل وسائل الاتصال غير ان هذا التأثير كان غير مباشر بدرجة كبيرة من خلال وسائل الاتصال المباشر الذي ظهرت كنتيجة لرسائل وسائل الاعلام^(٤).

٥- وناقش «أقطر حامد خان» تجربته عن برنامج تنظيم الاسرة في كومبلا و«بانجلاندش»، انه استنادا الى حجم توزيع وسائل منع الحمل تبين مما ذكره اصحاب المجالات والصناعات وغيرهم باهتمامهم وكلاء توزيع لهذه الوسائل- ان المبيعات الشهرية لأكثر من ٤٠٠ وكيل للقرى محل الدراسة (من سنة) وبعدها ٣٠٠ قرية قد بلغت ٥٠٠٠٠ ألف وسيلة. ومن اجل تنشيط الحماية التعليمية فانه كان يتم

(1) Simmons, George The Indian Investment in family Planning, Ph.D. thesis, Berkeley Univ. of Calif. 1969, p 249.

(2) Palmora, James, Awareness Sources and stages in the adoption of specific contraceptives, "Demography, 1968, pp 960-972,

(3) Lin, William Tand Robert Duff "The structural Effect on Communication Flows in a Pre - Industrial city Unpublished paper, Indiana: Univ of Ntre dome, 1971.

(4) Balakrishna R. and Ravi Mathai, Evaluation of Family Planning Publicity Program in India, Calcutta; Indian Institute of Management, 1966. p. 25.

ايفاد الضمراء والمطربين مع الوكلاء الى القرى مما كان له عظيم الاثر. وتم اختيار الداية من الزوجات السلمات فى اوائل مرحلة الزواج. كما تم اختيار ائمة المساجد وتدريبهم لكي يصبحوا مدرسين للكتاب وللأطفال ايضا (١).

٦- وقد وجد «جسلباي» «وليجمانى» فى دراستهما فى اصفهان بايران سنة ١٩٧٢ أن الاصدقاء والجيران كانوا اكثر قنوات الاتصال اهمية اذ حوّل منهم المتلقين بتنظيم الاسرة وتم زيادة وتوعية تلك الكفاءة من خلال حملة مركزة لوسائل الاعلام (٢).

وتدفعنا نتائج هذه الابحاث الى تليد ما يذكره شرام من ان وسائل الاعلام تكاد تكون جزءا من وسائل الاتصال من اجل تنظيم الاسرة (يطفوفوق المياه) وينبئ عليها جانب كبير من الاتصال قد لا يعلم عنه الجمهور شيئا ابدا.

ومن ثم فان وسائل الاعلام فى نسبيا أقل اهمية من الاتصال المباشر فى تبني تنظيم الاسرة وهى عادة تعمل بطرق غير مباشرة من خلال الاتصال المباشر ويطرق غير مرئية وعلى هذا فان نموذج الاتصال على مرحلتين وضع قادة الراى محل الاهتمام، وجعل اتصالاتهم المباشرة مع المتلقين فى سن الخصوبة فعالة للغاية.

الاتصال المحظور ومعدلات التبني:

يضاف الى هذا بأن نموذج الاتصال على مرحلتين يبين ان قادة الراى هم اولئك الافراد الذين يسمى الغير الحصول منهم على النصيحة والمعلومات.

ويرى «ونجوز» أن نجاح (أو فشل) أى برنامج للتغيير المخطط يعتمد بدرجة كبيرة على قادة الراى (٣).

(1) Khan, Akter Hameed and Harvey Choldin a Commercial system for Introducing Family Planning in Camillo, Pakistan in Wilbur schramm, and Daniel lerner, communication and Change, The last ten Years-and the Next, Honolulu : The univ press of Hawai 1978, p. 79.

(2) Gillespie, Robert and Mehdi Ioghmani, The Esfahan Communication Projects, Iran : Esfahan Health Department, 1972 p11.

(3) Rogers, Everett, Communication Strategies in Family Planning, New York: The Free press 1973, p 266

ومن أهم الأسباب التي جعلت موضوع تنظيم الأسرة، في كثير من دول العالم الثالث في أمريكا اللاتينية وأفريقيا وآسيا، من الموضوعات المحظورة، أن كثير من الناس يعتبرون أنه يتناول زوايا في حقيقتها وعلى الأخص عند التقليديين وفي الريف، من خصوصيات الزوجين علاوة على تفسير البعض لما جاء في الشرائع السماوية على أن هذا الموضوع يعتبر من أهم مقومات الحياة الزوجية ومن أهم أسرارها التي يجب تناولها في إطار عائلي ضيق للغاية. ومن ثم فإن رسالة الاتصال المحظور هذه يجب أن تكون شخصية جداً وأن يدرس كل من المصدر والمتلقي هذا الموضوع بالتفصيل والتفهم الكامل للهدف النهائي من هذا الاتصال. وهناك موضوعات أخرى كثيرة، بخلاف تنظيم الأسرة، يعتبرها بعض الناس محظورة لأنها تمس أفكاراً أو سلوكاً شخصياً أو خاصاً أو ضد العادات الراسخة أو كما يعتبرها روجرز موضوعات غير أخلاقية أو غير قانونية. وتجدر الإشارة إلى أن الكثير من هذه الموضوعات المحظورة ليس سيئاً أو ضاراً^(١).

وترتبط على ذلك فإن دور الاتصال المباشر وعلى الأخص دور قادة الرأي، في الاتصال المحظور هام وحساس. ومن ثم فإن انتقائهم لعملية تنظيم الأسرة يجب أن يتم بعناية فائقة وبحيث يتصف هؤلاء بالصفات التي تمكنهم من تلبية أعمالهم بنجاح. وتعتبر شخصية قائد الرأي من أهم المقومات اللازمة لنجاحه إذ أنها من العوامل الأساسية في جذب الجمهور المتلقي إليه وبحيث يكون هو موضوع ثقة هذا الجمهور فتزداد احتمالات التبني، فتنتشر فكرة تنظيم الأسرة بمعدلات سريعة خاصة أن امكان لقائد الرأي الاتصال بأعداد كبيرة من الناس وإقناعهم في وقت قصير، أو مقبول نسبياً.

وقد أجريت في مصر أبحاثاً من قادة الرأي منها البحث الذي أجرى في محافظة المنوفية في أوائل السبعينات لاختيار بعض الأفراد يكون من بينهم - بعد الاستئصال والتدريب علمياً وعملياً - أن يكون قائد الرأي. وقد تم الاختيار على أساس أنهم جميعاً من ذات المستوى الاجتماعي وتم تدريبهم ضمن برنامجاً تدريبياً

(1) Roges, 1973, op. cit, pp. 61-69.

خاصا وقد نجح معظمهم في مهمته^(١) وتم تصميم تلك التجربة في محافظة الاسكندرية مع تمييز قائد الرأى بأن اعطيت له شارة معينة وكانت له الاولوية في التمتع بخدمات التنظيمات العمالية والاجتماعية (تقابات معسكرات صيفية...) علاوة على منح المتفوقين منهم حوافز وجوائز تتناسب مع معدلات التبنى والنجاح، ودرجة الاستمرارية التي حققها كل منهم. ومن ناحية أخرى فقد تمكنت قائدات الرأى من اقناع كثير من السيدات على التبنى والاستمرارية واستخدمن في هذا «كوب شاي»^(٢) ومن المفهوم ان وسائل الاعلام تلعب ادوارا هامة في حملة تنظيم الاسرة خاصة عندما تقدم للمتلقين مستويات معيشية متقدمة عن مستوياتهم المعيشية وأن تربط تلك المستويات دائما بأسر صغيرة أو بأسر ضببطت النسل ونظمت حياتها فكان ان ارتفع مستوى معيشتها. وازيادة فاعلية هذه الطرق التي يتبعها القائمون على تنظيم الاسرة ووكلاء التغيير، فانه يحسن ان يضمّنوا رسالتهم للمتلقين المواد والموضوعات التي تجلهم يشعرون بدرجة كبيرة من «عدم الرضا» بل من «الكراهية» للمستويات المعيشية الحالية ويشعرون، في نفس الوقت ان تحسين حالاتهم الاقتصادية ومعيشتهم اليومية ورفع مستواهم المعيشي والاجتماعي الى مستوى افضل يمكن ان يكون عن طريق الاسرة الصغيرة. وكلما زادت درجة عدم الرضا وعدم الرغبة في المستويات الحالية بالشكل المشار اليه كلما زادت فرص تبني تنظيم الاسرة. ولعل من اهم المداخل والاقترابات التي قامت بها حملة تنظيم الاسرة في مصر، في السبعينات وما بعدها، ان يعرض التليفزيون مقارنات بين مجموعات من الاسر الصغيرة (٣ اطفال وأولاد على الاكثر) والكبيرة (٦ اطفال وأولاد أو اكثر مثلاً)

(١) مكتب تنظيم الاسرة بمحافظة المنوفية. (مجموعة تقارير تحت عنوان) تنظيم الاسرة

في المنوفية، المنوفية: ١٩٧٢.

(٢) زاهية مريزوق، «التوعية المباشرة في تنظيم الاسرة والدروس المستفادة من تجارب

الاسكندرية في توجيه العمال والقيادات الطبيعية» في التوعية والاعلام في مجال

تنظيم الاسرة، القاهرة: مؤسسة دار التعاون للطبع والنشر، ١٩٧٦.

حيث يظهر التباين في مستويات المعيشة فتظهر الاسر الصغيرة افضل حالا واحسن مستوى من الاسر الكبيرة.

نتائج بعض الأبحاث عن الاتصال المحظور:

وحتى تحقق الرسالة في مثل هذا الاتصال، المحظور، الفعالية المرجوة فانه ينبغي اخذ بعض نتائج الأبحاث فيما يلي (١) .

١ - الثقة في المصدر:

يجب ان يشعر المتلقي بالثقة التامة في المصدر وفي ان ما يقوله في صالحه وفي مصالح المجتمع ككل. ومن ثم فان انتقاء قائد الرأي وبعد مرحله جوهريه اساسية ضمن المراحل المختلفة لتبنى المتلقي تنظيم الاسرة.

٢ - التجانس بين المصدر والمتلقي:

وهذا التجانس قد يرتبط، الى حد ما بالثقة في المصدر. حيث قد يكون من المنطقي ان يسلك العامل مثلا، في بعض الاحوال، سلوك زميله. ومن ثم فان تغيير الاتجاهات ثم السلوك يصبح امرا ممكنا. وقد وجد «روجرز» ان لدى الفلاحين ادراك تام بأن هناك تجانس بينهم وبين مجوز القرية اما الطبيب فهو اعلى منهم منزلة .

٣ - تضمين النتيجة في الرسالة:

ان يمكن حينئذ تفسير الاتجاهات ثم السلوك لان المتلقين يرون الفوائد المحققة من عملية التبني. وقد ينجح ذلك الى حد ما مع المتلقين متوسطي الثقافة.

٤ - عرض الرسالة الفوائد والعيوب:

ولا يكفي ان تعرض رسالة الاتصال لفوائد التبني فحسب بل لابد ايضا من

(١) انظر : Hovland Carl, Irving Janis and Harold Kelly Communication

and Persuasion, New Haven Conn : Yale university Press, 1970.

عرض الميوب حتى تكون الصورة واضحة تماما وحتى يتم تجنب اثار الدعاية المضادة. لان القول بوجود بعض الآثار الجانبية لبعض السيدات اللاتي يستعملن «الصوب» مثل تقلصات فى الامعاء قد يمنع أن تصدق هؤلاء السيدات اشاعات تقول ان الصوب تؤثر على الاخصاب مثلا. وعرض الصورة متكاملة فى الرسالة يفيد وعلى الاخص اذا كانت ثقافة المتلقين عالية. حيث يمكن تغير الاتجاهات ثم السلوك.

٥- عدم استخدام أساليب التهديد والتخويف في الرسالة :

يساعد على التبني لان المتلقي يحس من تلقائه بأهمية الرسالة وأهمية التبني وفوائده وهو ليس فى حاجة إذن، للضغط عليه حتى لا يشعر انه - وعلى الاخص ان كان من المثقفين- موجه وان الغير يقوده فى عملية التبني وكأنه لا يقدر عليها وحده وينفسه.

والتبني هو هدف رسالة الاتصال لتنظيم الاسرة ورغم هذا فليس هو الهدف النهائي. ذلك ان الشخص قد يتبنى اليوم وعن اقتناع - ولكن بسيط - فيتركه بعد فترة وجيزة وهو ما يؤدي الى عدم نجاح تنظيم الاسرة او نجاحه مؤقتا. ولذلك فان الامر يستلزم وباستمرار ان يقوم القائمون على تنظيم الاسرة (المصدر) بتعزيز رسالة الاتصال وتدعيم عملية الممارسة الفعلية. ويمكن ان يتم ذلك عن طريق وسائل الاعلام وايضا مع الاتصال المباشر. وتطلى رسالة وسائل الاعلام التى تتضمن التاكيد على الاستمرار فى تبني تنظيم الاسرة انطبعا لدى المتلقين بالنجاح والفوائد المحققة لكل المتبنين ويوجد اجماع على التبني فيكون لذلك تأثير قوى على استمرار المتلقين فى التبني. ويقول روجرز عن تلك الحالة ان كل فرد فى المجتمع ينظم أسرته.

استمرارية تبني تنظيم الاسرة :

يعتبر تبني تنظيم الاسرة هدفا أساسيا فى عملية اتصال هذه الفكرة. وهذا الهدف لولى يلحق به هدف نهائى هام هو، وكما اشرنا، مداومة واستمرارية تبني

تنظيم الاسرة طالما ان المتبنى يدرك ويقتنع ان تلك الفكرة المستخدمة حيوية وجوهرية له والمجتمع ككل. وليس التبنى اذن مؤشرا على الاستمرارية أو هو الهدف النهائي في عملية اتصال تنظيم الاسرة.

من اجل هذا تصبح عملية محاربة ايقاف التبنى (ومحاربة عدم التبنى بصفة عامة) عملية قومية هامة ينبغي دفعها قدما الى الامام حتى يتحقق الغرض منها.

ويمكن تعريف ايقاف التبنى بأنه القرار الصادر من المتبنى بوقف استخدام وسائل فكرة مستخدمة بعد أن تبناها لفترة، وأن يقوم بالفعل بتنفيذ هذا القرار.

وقد اجريت دراسات عديدة على اسباب ايقاف التبنى وعدم الاستمرارية في استخدام الوسائل يمكن ان تستشف منها أن ايقاف التبنى يتم بمعدلات كبيرة عندما تنخفض درجة الوعي من الفكرة المستخدمة التي تم تبنيها (أو تتلاشى) ويزداد هذا العامل (نقص الوعي) عادة كلما انخفضت نسبة التعليم وانخفض معدل استخدام التكنولوجيا وزاد عدد السكان بما يسبب مشكلة سكانية. وهذه السمات الاخيرة تظهر بشكل اكثر وضوحا وقوة في دول العالم الثالث وفي الدول الاقل نموا بوجه خاص ^(١). وقد وجد «لافام» ومولنين» في دراستهما سنة ١٩٧٠ على بعض دول العالم الثالث أن معدل تبني بعض وسائل منع الحمل (بخلاف الاقراص) استمر لمدة عامين فقط. حيث اوقف بعدها هذا التبنى ^(٢). وقد بلغت نسبة عدم الاستمرارية (أو توقف التبني) في بعض الدول والمناطق محل هذه الدراسة: ٦٢٪ في كوريا الجنوبية) ٥١٪ في هونغ كونج، ٤٨٪ في ماليزيا.

اما توقف استخدام الاقراص فقد بلغ في جنوب الباكستان وبعد مضي سنة من التبني ٤٢٪ كما بلغ ٨٨٪ في كوريا وفي سنجاپور وتايوان وهندوراسي (امريكا الجنوبية).

(1) Rogers, 1973, op. cit.

وحتى يمكن زيادة معدلات استمرارية التبني (أو تخفيض معدلات ايقاف التبني) فانه يجب على القائمين بتنفيذ برنامج اتصال تنظيم الاسرة اتباع، وعلى اقل تقدير، مايلي:

١ - محاولة عدم استخدام وسائل منع حمل يصعب ايقافها؛
ويعتبر الواقي الذكرى، اسهل الوسائل التي يمكن ايقاف استخدامها ثم يتبعها الاقراص واللولب وفي النهاية ياتي «التعقيم».

٢ - رفع مستوى المعرفة وكيفية الاستخدام؛
ذلك انه كلما كان المتبني اكثر معرفة بوسائل منع الحمل وبالفوائد التي تعود عليه وعلى المجتمع من استخدامها وبكيفية استخدام هذه الوسائل كلما كان احتمال ايقاف هذا المتبني استخدام هذه الوسائل (أو الوسيلة) اقل من غيره.

٣ - محاولة الخاء للتبني عن تخفيض الفترة بين مولود وآخر؛
ذلك انه كلما زادت رغبة المتبني في تخفيض الفترة بين حمل وآخر رأى بين مولود وآخر كلما زاد احتمال ايقاف استخدامه لهذه الوسائل (أو الوسيلة).

٤ - التركيز في رسالة الاتصال علي الاستمرارية؛
ذلك ان معظم رسائل اتصال تنظيم الاسرة تركز على اهمية التبني فتقول بعض الرسائل مثلاً «الكل يتبنى تنظيم الاسرة ولكنها تقلل التركيز على اهمية الاستمرارية لأن التبني لا يعنى الاستمرارية. وكلما زاد تركيز رسالة اتصال تنظيم الاسرة على الاستمرارية كلما انخفضت احتمالات ايقاف التبني.

٥ - التركيز علي شرح معني وفاعلية وسيلة الخع؛
لانه احياناً نجد ان رسالة اتصال تنظيم الاسرة تتكلم عن اهمية استخدام «الاقراص» أو «اللولب» دون ان تفسر معني ذلك وفاعليته. وقد تبين مثلاً في بعض دول العالم الثالث في آسيا ان المتلقين حصلوا على معلومات غير حقيقية عن اضرار

(1) Mauldine Parker and Robert Lapham "National Family Planning programs; Review and Evaluation" in Studies in Family Planning 1971, pp 29-52.

الاقراص فانخفضت بذلك معدلات استمرارية تبني هذه الوسيلة. ومن ثم كلما تم شرح مفهوم هذه الوسيلة ووظيفتها وفاعليتها كلما زالت احتمالات الاستمرارية وانخفضت احتمالات ايقاف التبنى.

٦ - متابعة المتبنين؛

تعتبر من العمليات الاساسية لتحقيق الاستمرارية وتجنب الايقاف حتى ولو كانت عملية المتابعة هذه رمزية أو سطحية. فمثلا في الهند أثناء حملة تطعيم ضد مرض الجيمري سنة ١٩٦٩ وصف القائمون على الحملة اقراص «الاسبرين» للمتبنين كملاص لهم من الامراض او الآثار الجانبية للتطعيم ضد هذا المرض. ومن هذه الآثار مثلا انصداع وارتفاع درجة الحرارة. وكان تأثير وصفه العلاج هذه على المتبنين نفسيا مما قلل من الاثر العضوي اذ أن المتبنى (الذي يتم تطعيمه) أحس أن المسؤولين عن حملة التطعيم لم يتركوه بل ظلوا معه واعطوا له من «الدواء» ما لم يجعله يتكلم.

٧- محاربة الاشاعات المغرضة:

ذلك ان المتبنى قد يصدق الاشاعة ايا كانت خاصة ان سمعها من الاصدقاء والمقربين وذلك على الرغم من انها قد تكون غير صحيحة، فيوقف التبنى ومن الاسباب لتوقف التبنى، كنتيجة للاشاعات أو الاقاويل هو ان الذين يتوقفون يتكلمون اكثر من الذين يستمرون في التبنى، وهو ما يؤدي عادة الى رفع معدل التوقف. ويكلمات أخرى فقد يكون «تبنى» تنظيم الاسرة شخصيا وخاصة وفي محيط الاسرة في حين ان «ايقاف التبنى» قد يكون عاما أو على نطاق أوسع. ولذلك فإن مارشال وجد سنة ١٩٧٨ في الهند ان الفلاح لم يؤيد تبني تنظيم الاسرة وانما كان يميل الى مهاجمته.

ومما هو ماثور في هذا الصدد مقولة ان التقارير أو الاتباء السلبيية تميل الى الانتشار والسفر الى بلاده بسرعة اكثر من التقارير الايجابية.

ومن ناحية أخرى يمكن ان نعرض فيما بعد لنموذج هام يفيد عملية اتصال تنظيم الاسرة هو نموذج «هوتشبيوم» الذي يبين عدم التوافق بين اتجاهات الفرد وسلوكه.

نموذج هوتشبولم

اعد المفكر «هوتشبولم» فى سنة ١٩٥٨ نموذج اتصال عن العلاقة بين الاتجاهات والممارسات فيما يتعلق بالصحة لكى يتعرف اذا كان هناك ثبات بين الاتجاهات وبين السلوك الصحى، وقد تبين له عدم وجود ثبات بينهما.

وقد اعتمد «هوتشبولم» فى اعداده لهذا النموذج على الادراك الذاتى للفرد عن حالته الصحية والذى بناء عليه يحدد سلوكه عن الفكرة أو الموضوع محل رسالة الاتصال عن الجانب الصحى.

وقد وضع «هوتشبولم» فروضا ثلاثة لادراك الفرد لبعض الجوانب الصحية:

١ - حساسية الفرد وجديته فى العمل على تجنب حالة صحية غير مرغوبة مثل الامراض بصفة عامة والخطير منها بصفة خاصة.

٢ - الفائدة النسبية للمزايا المرتبطة بالفكرة المستحثة الصحية.

٣ - حث الفرد على اتخاذ السلوك المطلوب وفيما اذا كان الشخص سيقوم بتبنى الفكرة المستحثة ام ان يتبناها.

وقد اختار «هوتشبولم» لنموجه الصحى مسألة «الاشعة» التى يجريها الافراد. وقد اعد نموجه لكى، يشرح الاسباب التى يقوم من اجلها الافراد باجراء هذه «الاشعة» (سواء على صدورهم وأجسامهم) للكشف عن مرض العنق والفكرة المستحثة هنا هى تبنى الفرد الاشعة.

ويمكن القول ان نموذج «هوتشبولم» هو واحد من اكثر النماذج شهرة وأهمية للاتصال فى شأن الافكار المستحثة فى الصحة وفى البحث عن الخدمات الصحية^(١).

(1) Hochbaum, Godfrey, Public Participation in Media Screening Programs: A Sociopsychological Study; Washington D.C: Public Health Service, 1958.

وقد ارتبط نموذج «هوتشبيوم» عن السلوك الصحي بالسلوك الانجابي ولكن «روجرز» اضاف الى هذا النموذج عاملين:

١ - ادراك الحاجة.

٢ - ادراك ان الفكرة المستحدثة متاحة.

ذلك انه لا بد ان يكون لدى المصدر والمتلقي ادراك بالحاجة الى تلك الفكرة المستحدثة. وهي في مثالنا - عن السلوك الصحي - بالقطع حاجة مطلوبة ليس فقط^(١) على المستوى الفردي بل ايضا على المستوى القومي. اما عن اتاحة الفكرة المستحدثة فهو امر طبيعي ينبع في جانب منه من قاعدة معروفة وهي ان «فاقد الشيء لا يعطيه» فالمصدر ان يعطي شيئا ليس لديه. كما ان المتلقي ان يبيع عن فكرة ليتبناها (او قد لا يتبناها بعد ادراكها ودراستها) وهي اصلا غير متاحة. ولكن مسألة الاتاحة نسبية لان ما هو غير متاح اليوم قد يكون متاحا غدا (مستقبلا). ومن ثم فيمكن النشر الفكرة المستحدثة وحين اتاحتها في المستقبل. وهذا ما تقوم به معظم وكالات الاعلان العالمية والمحلية عن السلع والخدمات التجارية وغيرها التي تباشر العناية لها.

ويمكن ان يتفرع مما تقدم فيما يتعلق بتنظيم الاسرة ضرورة وجود خمسة

ايحاء:

١ - الدرجة التي يزداد فيها حجم الاسرة القطي من الحجم النموذجي.

٢ - حدة الاخلاف بينهما (القطي عن النموذجي).

٣ - الادراك بان هناك وسائل لتخ العمل وبناء على ذلك يمكن تحديد، وإلى حد ما، حجم الاسرة.

٤ - المزايا النسبية لاستخدام وسائل تنظيم الاسرة.

(1) Rogers, 1973, of . cit. p. 294

ه - الآثار الجانبية التي قد تصاحب استخدام بعض الوسائل.

وإذا رجعنا إلى نموذج «هوتشبينج» نجد أنه يركز على أهمية الحدث ثم الممارسة على أساس شرح الأسباب التي من أجلها تم ترجمة الاتجاهات نحو الفكرة المستحدثة إلى ممارسة فعلية، أو الأسباب التي من أجلها لم تتم تلك الترجمة إلى ممارسة فعلية.

بيانات خلفية عن الفرد العينة:

قبل البغول في تحليل صحة افتراضنا، نجد أنه من المهم معرفة خلفية أفراد العينة في قها من حيث عدد الأولاد مقارنة بالمهنة ومعرفة القراءة والكتابة عند رب الأسرة^(١).

يبين الجدول رقم ٤١ أن الفلاحين هم الفئة التي أنجبت أكبر عدد من الأولاد. كما تبين أن أعلى نسبة من بين الفلاحين وقدرها ٣٢.٦ ٪ كانت لمن لديه أكثر من ستة أولاد والنسبة التالية لها هي ٢٧.٦ ٪ لمن لديه من ثلاثة إلى أربعة أولاد. كما يوضح الجدول أن أعلى نسبة بين العمال هي ٣٢.٩ ٪ لمن لديه ولد أو اثنين وتليها نسبة ٣٠.٧ ٪ لمن لديه من ثلاثة إلى أربعة أولاد. كذلك يوضح الجدول أن أعلى نسبة بين نوى المهن الأخرى بلغت ٣٢.٢ ٪ وهي لمن لديه من ثلاثة إلى أربعة أولاد.

كما يتضح من الجدول أن الفلاحين ينجبون أطفالاً أكثر مما ينجب العمال أو الفئات الأخرى.

(١) تقصد بالأولاد هنا كل الأبناء في أي سن ومن أي جنس (ذكر أو أنثى).

الجدول رقم (٤١)

عدد الأولاد مقارنا بالهنة

إجمالي	أخرون	عمال	فلاحون	الهنة عدد الأولاد
١٢ (٥٪)	١ (١.٧٪)	٨ (٩.١٪)	٣ (٣.١٪)	لا يوجد
٦١ (٢٥٪)	١٧ (٢٨.٨٪)	٢٩ (٣٢.٩٪)	١٥ (١٥.٣٪)	١ - ٢
٧٣ (٢٩٪)	١٩ (٣٢.٢٪)	٣٧ (٤٠.٧٪)	٢٧ (٢٧.٦٪)	٣ - ٤
٥٠ (٢٠٪)	١٣ (٢.٢٢٪)	١٦ (١٨.٢٪)	٢١ (٢١.٤٪)	٥ - ٦
٤٩ (١٩٪)	٩ (١٥.٣٪)	٨ (٩.١٪)	٣٢ (٣٢.٦٪)	أكثر من ٦
٢٤٥ (١٠٠٪) (١٠٠٪)	٥٩ (١٠٠٪)	٨٨ (١٠٠٪)	٩٨ (١٠٠٪)	إجمالي

وبالنسبة لعدد الأولاد مقارنا بمعرفة رب الأسرة بالقراءة والكتابة يصور الجدول رقم ٤٢ أن عائلات من يعرفون القراءة والكتابة لديهم أولاد أقل مما لدى عائلات الأميين. وفي فئة من يعرفون القراءة والكتابة فإن أعلى نسبة وقدرها ٣٨٪ لمن لهم بين ولد واحد وواحد. بينما في فئة الأميين كانت أعلى نسبة وقدرها ٧٠.٧٪ لمن لديهم بين ثلاثة وأربعة أولاد.

وهذه البيانات تشير إلى أن عدد الأولاد في العائلة قد تحدد عوامل معينة مثل المكانة الاجتماعية ومعرفة القراءة والكتابة.

- (٥) تم حساب النسبة المئوية لكل فئة على حدة للمقارنة.
(٥٥) أحجم ٤ من أفراد لجنة عن إجابة هذا السؤال.

الجدول رقم (٤٢)

عدد الاولاد مقارنة بالتعليم

إجمالي	أمي	يعرف القراءة والكتابة	الحالة التطبعية عدد الأولاد
١٢ (٥٪)	٨ (٥.٣٪)	٤ (٤.٢٪)	لا يوجد
٦١ (٢٥٪)	٢٥ (١٦.٧٪)	٣٦ (٢٨٪)	١ - ٢
٧٣ (٢٩٪)	٤٦ (٣٠.٧٪)	٣٧ (٢٨.٤٪)	٣ - ٤
٥٠ (٢٠٪)	٣٦ (٢٤٪)	١٤ (١٤.٧٪)	٥ - ٦
٤٩ (١٩٪)	٣٥ (٢٢.٣٪)	١٤ (١٤.٧٪)	أكثر من ٦
٢٤٥ (١٠٠٪)	١٥٠ (١٠٠٪)	٩٥ (١٠٠٪)	إجمالي

دور وسائل الاعلام في حملة تنظيم الأسرة

تنظيم الأسرة في مرحلة المعرفة:

تعتبر قنوات وسائل الاعلام أكثر أهمية، نسبياً، من الاتصال المباشر في وظيفة نشر الإدراك والمعرفة في عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستهدفة. وهذا القول يجد تأييداً كبيراً في بحوث عديدة تناولت أنواعاً مختلفة من الأفكار المستهدفة.

والمنطق وراء ذلك أن وسائل الإعلام تستطيع أن تصل إلى جمهور ضخم على عجل برسالة إخبارية سريعة. وعلى ذلك فهي قادرة على خلق الإدراك والمعرفة

(٥) تم حساب النسبة المئوية لكل فئة على حدة للمقارنة.

(٥٥) أحجم ٤ من أفراد العينة عن إجابة هذا السؤال. أضيف من يعرف القراءة فقط

إلى الأميين (يرجع إلى الملاحظة على الجدول (١-١)).

بأن تنظيم الأسرة فكرة مستحدثة وقائمة، كما تستطيع نشر بعض الفوائد التي قد يجنيها من يتبناها.

وفي تجربة ميدانية في إحدى مناطق سيول تسمى سونج-دونج-جو Sung-dong-Gu في كوريا الجنوبية، وجد بارك Park أن وسائل الإعلام لعبت دورا هاما في نشر المعلومات وفي خلق المناخ المطلوب لتنظيم الأسرة^(١).

ومن ناحية أخرى، وجد سيمونز Simons في بحثه أن حوالي ٣٠ من السيدات الهنديات قررن أن وسائل الإعلام أسهمت في إدراكهن لوسيلة اللولاب^(٢).

وفي هذا المجال، فعلينا أن نذكر أن أحد الشروط الضرورية لإجراء تعرض سليم لوسائل الإعلام هو وجود وسيلة إعلامية متاحة ومناسبة للجمهور.

كما ينبغي أن يكون متوقعا، أن هناك تركيز كبير على وسائل الإعلام في البلاد الأكثر تصنيعا، أو في الطبقات الاجتماعية الأكثر ثراء في دولة ما. أما في البلاد الأقل نموا فإن رسائل وسائل الإعلام تصل إلى جمهور أقل نسبيا عما في الدول المتقدمة. كما أن ثلث القرويين في البلاد الأقل نموا ليسوا جماهير لوسائل الإعلام. ويصل الراديو إلى حوالي ثلث الجمهور، أما الثلث الباقي من الجماهير فهو جماهير يلقى الوسائل الإعلامية الإلكترونية والوسائل المطبوعة.

كما أنه من المسلم به أن إرتفاع ثمن جهاز وسيلة الإعلام وقلة توفرها علاوة على إنتشار الأمية هي عوامل تؤدي إلى تقليل التعرض لوسائل الإعلام.

(1) Hyung Yong Park, "use&Relative Effectiveness of Various Channels of Communication in the Development of the Korean Family Planning Programmes", in Report of the Working groups on communication' Aspects of Family planning programmes and Selected papers.Bangkok, ECAFE, Asian population studies series 1968, No. 3, p. 81.

(2) George Simons, The Indian Investment in Family planning, N.Y, Population Council, Occasional papers, 1970, p. 249.

وتليدا لذلك، يقول روجرز أن الدراسات، في بلاد عديدة، أظهرت أن القرويين نادرا ما استشهدوا بوسائل الإعلام في أي من مراحل عملية اتخاذ القرار بشأن الأفكار المستحدثة في الزراعة^(١). هذا وقد تبين من دراستنا على قرية قها أن ٧٣٪ من أفراد العينة قد سمعوا عن تنظيم الأسرة من القنوات المختلفة لوسائل الإعلام. كما تبين أن هناك مصادر أخرى إلى جانب وسائل الإعلام تقوم، في بعض الأحيان، بنور في نشر المعلومات بشأن موضوعات معينة. ويتبين من الجدول رقم ٤٣ أن ٢٢.٢٪ من أفراد العينة سمعوا عن تنظيم الأسرة من قنوات الاتصال المباشر مثل الأقارب أو الأصدقاء أو من العاملين في المركز الطبي مثل الطبيب أو الممرضة. بينما أن ٤.٨٪ لم يسمعوا شيئا على الإطلاق، عن تنظيم الأسرة.

كذلك يشير الجدول إلى أن من بين من حصلوا على معلوماتهم من وسائل الإعلام هناك حوالي ٤٢٪ حصلوا عليها من الراديو. وهذا يؤكد الحقيقة القائلة بأن الراديو لا يزال يلعب دورا رائدا في نشر المعلومات وأن ٨٪ حصلوا عليها من وسائل الاعلام .

وتؤكد البيانات صحة الفرض الذي أثبتناه في الفصل السابق ومؤكد أنه كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام كلما كان الحصول على المعلومات مباشرا. حيث أن معظم أفراد عينة بحثنا قد تلقوا معلوماتهم من وسائل الإعلام أكثر من قنوات الاتصال المباشر. وعلاوة على ذلك يوحى هذا الدليل بأن دور الاتصال الشفهي في نشر المعلومات قد يقل بالمقارنة مع زيادة التعرض لوسائل الإعلام.

والخلاصة، أننا نستطيع القول بأن قنوات وسائل الإعلام أكثر أهمية نسبيا من قنوات الاتصال المباشر في نشر الإدراك والمعرفة في عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة.

(1) Rogers, 1973, op. cit., p. 262.

ويجد هذا تأييدا واسعا من بعض الباحثين في موضوع التفكير المستحث^(١).

الجدول رقم (٤٣)

مصادر المعرفة بتنظيم الأسرة

النسبة المئوية	العدد	المصدر
٪٤٧	١٠٤	١- من الزائرين.
٪٩.٧	٢٤	٢- من التلفزيون.
٪٥.٦	١٤	٣- من الجرائد.
٪١٥.٧	٣٩	٤- من وسائل الإعلام كلها.
٪٢٠.٢	٥٠	٥- من الأقارب أو الأصدقاء.
٪٢	٥	٦- من الطبيب الخاص أو الأجنحة أو المستشفى أو الوحدة الصحية.
—	—	٧- من مصدر آخر.
٪٤.٨	١٢	٨- لم أسمع عنها.
٪١٠٠	(٥) ٢٤٨	إجمالي

(٥) أحجم مبحوث واحد فقط من أفراد العينة من الإجابة على هذا السؤال.

(1) Everett Rogers and George Beal, "The importance of Personal Influence in the Adoption of Technological Change" Social Forces, 36, pp. 329-335, 1958.

- Everett Rogers and R.L. Pitzer, The Adoption of Irrigation By Ohio Farmers, Wooster: Ohio Agricultural Exp. Sta. Research Bulletin, 851, 1960.

- Paul Deutschmann and Orlando Fals Borda, "La Comunicación de Las Ideas entre los Campesinos Colombianos" Bogota, University of Colombia, Sociological Monograph, 14, 1962.

- George Beal and Everett Rogers, "Informational sources in the Adoption Process of New Fabrics" Journal of Home Economy, 49: 1957, pp. 630-634.

- Robert Mason, "The Use of Information sources in the process of =

وكما نعلم فإن الإمكانيات الكامنة في وسائل الإعلام إمكانيات ضخمة وهي تصبح أكثر قوة إذا استخدمت مع قنوات الإتصال المباشر في مزيج يكمل بعضه البعض. ونوادى الاستماع أو المشاهدة هي واحدة من أنواع هذه القنوات المركبة. وهذه النوادي منتظمة في شكل مجموعات صغيرة من الأفراد يجتمعون بصفة منتظمة لاستقبال برنامج إعلامي ويناقشون محتوياته.

وقد نشأت نوادي الإستماع أو المشاهدة أساساً: في كندا بين العائلات والمزارع، ثم انتشرت بعد ذلك في الدول الأقل نمواً كاليهند وإندونيسيا ونيجيريا وغانا ومالاي وكوستاريكا والبرازيل. واكتشف روجرز وشوميكر أن هذه النوادي - في بلاد مختلفة - استخدمت كثير من وسائل الإعلام. فالراديو استخدم في النوادي الهندية، والإذاعات المدرسية استخدمت في أمريكا اللاتينية، والكلمة المطلوبة استخدمت في مجموعات الدراسة في الصين، والتلفزيون استخدم في النوادي الإخبارية الهند^(١).

وقد تم سؤال أفراد العينة في قها عما إذا كانوا يديرون مناقشات جماعية حول تنظيم الأسرة، وإذا كان الأمر كذلك فقط طلب إليهم أن يحددوا الأماكن التي تجمعوا فيها لمناقشة هذا الموضوع.

ويبين من الجدول رقم ٤٤ أن أكبر نسبة من أفراد العينة ٦٣.١٪ لم يناقشوا موضوع تنظيم الأسرة مع آخرين بينما أن نسبة أقل بلغت ٣٦.٩٪ يناقشون الموضوع مع الآخرين. وقد تبدو هذه البيانات غير متطابقة وبيانات الجدول رقم ٢٥ والتي تبين أن غالبية أفراد العينة قد ناقشوا برنامج وسائل الإعلام مع آخرين. ولكن هذا غير صحيح. ذلك أن نصيب برنامج تنظيم الأسرة في أفضليات البرامج نصيب ضئيل (جدول رقم ٢٠) وبالتالي فقد أهتم معظم المبحوثين بمناقشة البرامج

= Adoption' Rural Sociology, 20, 1964, pp. 40-62.

- Eugene Wikenig "Roles of Communicating Agents in Technological Change in Agriculture" Social Forces, 34, 1956, pp. 361-367.

(1) Rogers and shoemaker, 1971 op. cit., p. 261

السياسية والاجتماعية في حين لم تناقش إلا القلة برامج تنظيم الأسرة باعتبارها موضوعات شخصية وعائلية بالدرجة الاولى وهو ما قاسته بالفعل من مناقشة للبحوثين.

الجدول رقم (٤٤)

ممكن للمناقشات حول تنظيم الاسرة

للمكان	للمعد	النسبة المئوية
١- لا أشارك فيها	١٥٠	٪٧٣.١
٢- في المدرسة (مجلس الآباء)	٨	٪٢.٢
٣- في النوادر	٢٠	٪٨.٤
٤- في العيادات	٣	٪١.٣
٥- في بيت صديق	٢٥	٪١٠.٥
٦- في بيت العمدة	٢	٪-٠.٨
٧- في القاهرة	٤	٪١.٧
٨- في الوحدة الصحية	٢٢	٪٩.٢
٩- في مكان آخر	٤	٪١.٧
إجمالي	٢٢٨*	٪١٠٠

تنظيم الأسرة في مرحلة الاقتناع:

لقد تبين لنا من الجدول رقم ٤٢ أن ٩٥.٢٪ من إجمالي أفراد العينة يدركون موضوع تنظيم الأسرة. وننتقل هنا إلى المرحلة الثانية في عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة الجديدة، وهي مرحلة الاقتناع، وفيها إما يكون الفرد اتجاهًا مؤيدًا لتنظيم الأسرة أو غير مؤيد لها. ولقد

(هـ) لحجم ١١ من أفراد العينة من الإجابة على هذا السؤال .

صالحنا أفراد العينة إذ كانوا يوافقون على تنظيم الأسرة أو لا يوافقون عليها مع بيان أسباب اتجاههم في كل حالة.

ويوضح الجدول رقم ٤٥ أن ٦٦.٦٪ من أفراد العينة يوافقون على تنظيم الأسرة.

والحقيقة - كما أشرنا من قبل - فإن تنظيم الأسرة موضوع يرتبط بالسياسة القومية والعقائد الدينية. ذلك أن بعض الأفراد، يستشعرون عاطفة دينية فطرية ضد ما يعتبرونه تخلفاً في إرادة الله. هذا ونسبة الذين لم يؤيدوا تنظيم الأسرة لأسباب دينية بلغت ١٨.٧٪. وهذه النسبة تمثل قلة قليلة لا تشكل عقبة ضد سياسات التغيير الاجتماعي.

الجدول رقم (٤٥)

الاتجاهات نحو تنظيم الأسرة مقارناً بالهبة

الهبة الاتجاه	فلاحون	عمال	آخرون	إجمالي
نعم لوافق	٣٩ (٦٠.٦٪)	٦٧ (٦١.١٪)	٥٨ (٩٣.٦٪)	١٦٤ (٦٦.٦٪)
لا لوافق لأسباب دينية	٢٩ (٣٠.٣٪)	١٥ (١٧.١٪)	٢ (٣.٢٪)	٤٦ (١٨.٧٪)
لا لوافق لأنها مفسدة المجتمع	٣٣ (٣٤٪)	٤ (٤.٥٪)	١ (١.٦٪)	٣٨ (١١.٤٪)
لا لوافق لأسباب أخرى	٥ (٥.٣٪)	٢ (٢.٣٪)	١ (١.٦٪)	٨ (٣.٢٪)
إجمالي (٥)	٩٦ (١٠٠٪)	٨٨ (١٠٠٪)	٦٢ (١٠٠٪)	٢٤٦ (١٠٠٪)

(٥) تم حساب النسبة المئوية لكل فئة على حدة لأن نسبة ذلك في التحليل.

(٥٥) أحجم ٣ أفراد العينة عن الإجابة على هذا السؤال.

وقد حدث أثناء مناقشة غير رسمية أن ذكرت عبارة تحديد النسل. فقال أحد الفلاحين أنه يفضل عبارة تنظيم الأسرة لأن الدين الإسلامي يحرم منع الحياة الأمر الذي قد يفهم من المسمى الأول (تحديد النسل).

وقد تكون هذه الإشارة تبريراً منطقياً من جانب الفلاح. وإذا ما نجح التبرير المنطقي في التوفيق بين تنظيم الأسرة والجانب الديني، فإنه يصبح من الصعب عندئذ اعتبار الدين قوة جامدة تطلق الطريق أمام سياسة التغيير الإجتماعي وبالتالي في وجه التقدم.

ويتبين من الجدول السابق أن الذين يعارضون تنظيم الأسرة لأسباب دينية يختلف رأيهم عن نبرة الموارد الإقتصادية إختلافاً كلياً عن رأي الذين يؤيدون تنظيم الأسرة. فالأولين يرون أن الله سيوفر الرزق لأطفالهم. ويستشهدون في هذا بالدين ذلك أن الله يعطي لكل إنسان وسيلة رزقه. فمن غير شك أن الله هو العاطى وهو الرزاق. وهو ما لمناه عند مناقشتنا المبحوثين.

ويتضح أيضاً أن من بين أفراد العينة ١١.٤٪ يعارضون تنظيم الأسرة لأنها خطر على الصحة. وفي هذا يمكن أن نستنتج إمكانية وجود حملات مضادة لتنظيم الأسرة. ويبدو أن هذه الرسائل السلبية تنقل بصفة متكررة بين جماهير المستقبلين بواسطة الكلمة الشفهية. وتنتشر الشائعات المضادة لتنظيم الأسرة بشك سريع وخطير. منها مثلاً شائعات أن حبوب منع الحمل تسبب السرطان وتزيد الوزن وتؤدي إلى شحوب الوجه وأن الواقي الذكري يضعف الإبصار. وقد صرح أحد أفراد العينة بأن القابلة (الداية) في القرية قالت أن امرأتين قد توفيتا بعد استخدام الحبوب.

ولكن بسؤال بعض الناس الآخرين في القرية (فأنا) بأن القابلة كانت خصماً لولاء لتنظيم الأسرة. ولبقاً لروايتهم فإنها كانت تقود حملة مضادة وتتشرب المعلومات الخاطئة.

هذا وبالرغم من عدائتها للفكرة الجديدة فقد أصبحت بدون قصد -ورعاً منها مصدرراً للإجتهاد لفكرة تنظيم الأسرة. ففي جهودها في مقاومة تنظيم الأسرة كانت

تعطى معلومات عنه إلى السيدات، ورغم أن هذه المعلومات كانت مضافة لتنظيم الأسرة إلا أنها عاوت في خلق الإدراك بينهم.

أما الذين يؤيدون تنظيم الأسرة فإنهم ينظرون إلى الموضوع نظرة منطقية. فقد قال أحد أفراد العينة إن مجتمعنا يتزايد أعداده بسرعة كبيرة وبسرعة وأرضنا الزراعية قلت كما هي، فماذا سيفعل أطفالنا؟ وأين سينهضون؟ إن أرائه هذه من الرخاء والتقدم تشير إلى توقعه مستقبلا أفضل إذا ما تم تبني تنظيم الأسرة.

هذا وتمكس استجابات القرويين لتنظيم الأسرة أراهم في التقدم والتنمية. إذ قال أحد المزارعين أن تنظيم الأسرة هو الشيء الصحيح ذلك لأن الشخص يكون قادرا على إرسال أولاده إلى المدرسة إذا كان عندهم اثنين أو ثلاثة فقط كما أنه يستطيع تربيتهم كما ينبغي وأن يكسبهم على نحو كاف. وعندئذ يشيرون كما يجب بدلا من أن يقضوا طفولتهم يجوسون الشوارع عرايا ومرضى.

إن من فإن بعض أفراد العينة يركزون بوضوح ضخامة المشكلة السكانية ويشعرون أن الحكومة قد تأخرت جدا بالفعل في تطبيق برنامج تنظيم الأسرة. وقد قال أحدهم في ذلك إنني أعرف ماذا تعني المشكلة السكانية، فإن لدى خمسة أطفال، قالها وهو يشكو من أن البرنامج جاء متأخرا جدا بحيث لم يستفد منه. وأضاف أحد العمال قائلا إن معاونتنا الآن سوى استخدام التعقيم.

هذا وام يغب على الفلاحين أن يفهموا تنظيم الأسرة بحكمتهم التقليدية. إذ قال أحدهم أن المثل الفلاحي يشير علينا أن نحفظ ماشيتنا قليلة العدد وأن نحرف عليها بسخاء وأن تبقى أرضنا صغيرة ونخدمها جيدا. وأضاف أن نفس الشيء ينطبق على الأسمين. إن الصحة والتطعيم والزمان الاقتصادي هي أسس اعتباراتهم عند التفكير في عدد أفراد الأسرة.

ويوضح الجدول رقم ٤٥ أيضا أن نسبة العمال الموافقين على تنظيم الأسرة بين غيرهم من العمال أعلى من نسبة الفلاحين بين غيرهم من الفلاحين. فقد ذكر ٧٦.٢٪ من العمال أنهم يؤيدون تنظيم الأسرة في حين أن ٢٢.٩٪ لم يؤيدوه. أما

بين الفلاحين فإن ٤٠.٦٪ فقط يؤيدون تنظيم الأسرة، وأن ٥٩.٤٪ لا يؤيدونه. وهذه الآراء جاءت تأكيد لما جاء في الجدول رقم ٤٦ من أن حوالي ثلث الفلاحين لديهم أكثر من ستة أطفال بينما أن أكثر من ثلث العمال إما ليس لديهم أطفال أو لديهم بين طفل وطفلين. فالفلاحين لا يؤيدون تنظيم الأسرة بقدر ما يؤيده العمال. ويؤيد تنظيم الأسرة في فئة نوى المهن الأخرى ٩٣.٦٪.

وتؤكد الإجابات المتقدمة الحقيقة القائلة بضرورة أن يكون الفلاحون الجمهور المستهدف في أي حملة لتنظيم الأسرة.

الجدول رقم (٤٦)

الاتجاهات نحو تنظيم الأسرة مقارنا بمعرفة القراءة والكتابة

الاتجاه	الحالة (٥)	يعرفون القراءة والكتابة	أميون	إجمالي
نعم أولاً		٨٦ (٨٩.٦)	٧٨ (٥٢٪)	١٦٤ (٦٦.٦٪)
لاوافق لأسباب دينية		٦ (٦.٣٪)	٤٠ (٢٦.٧٪)	٤٦ (١٨.٧٪)
لاوافق لأنها مضرة بالصحة		٣ (٣.١٪)	٢٥ (١٦.٦٪)	٢٨ (١١.٤٪)
لاوافق لأسباب أخرى		١ (١٪)	٧ (٤.٧٪)	٨ (٣.٣٪)
إجمالي		٩٦ (١٠٠٪)	١٥٠ (١٠٠٪)	٢٤٦ (١٠٠٪)

وقد استخدمنا اختبار كاسي معرفة العلاقة بين القبول بالفكرة الجديدة والمهنة حيث كانت كاسي المسوية في بيانات العينة تساوي ٣٩٥.٥٢ بينما كانت كاسي المجنولة

(٥) تم حساب النسبة المئوية لكل فئة على حدة والإجابات بالنسبة للإجابة لأممية ذلك في التحليل.

(٥٥) أحجم ٢ أفراد من الإجابة على هذا السؤال.

لدرجتين حرية وعند مستوى ٥٠٥ ، تساوى ٩٩١ . ٥ مما يدل على وجود فرق معنوي بين الذين يؤيدون تنظيم الأسرة والذين لا يؤيدون تنظيم الأسرة مقارنا بالمكانة الاجتماعية.

هذا ويبين الجدول رقم ٤٦ أن نسبة الذين يؤيدون تنظيم الأسرة ويعرفون القراءة والكتابة أكبر بكثير من النسبة لدى الأميين. إذ أن من بين من يعرفون القراءة والكتابة ٨٩.٦٪ يؤيدون تنظيم الأسرة، ١٠.٤٪ لا يؤيدونه. ومن بين الأميين ٥٢٪ يؤيدون تنظيم الأسرة، ٤٨٪ لا يؤيدونه.

وهذه النتيجة تتفق كثيراً مع ما ورد في الجدول رقم ٤٢، ذلك أن حوالي ٧١٪ ممن يعرفون القراءة والكتابة لديهم بين طفل (أو ولد) وأربعة بينما أن حوالي نفس النسبة من الأميين لديهم أربعة وأكثر من أربعة وستة أطفال (أو أولاد).

وقد قمنا باستخدام اختبار كا^٢ لإيجاد العلاقة بين القبول بالفكرة المستهدفة ومعرفة القراءة والكتابة حيث كانت كا^٢ المحسوبة في بيانات العينة تساوى ٢٧.٢٠٧ بينما كانت كا^٢ المجنولة لدرجة حرية واحدة وعند مستوى ٥٠٥ ، تساوى ٣.٨٤١ مما يدل على وجود فرق معنوي بين من يؤيدون ومن لا يؤيدون تنظيم الأسرة وبين معرفة القراءة والكتابة. إذ أن لدى من يعرفون القراءة والكتابة اتجاهًا مؤيدًا لتنظيم الأسرة أكثر مما لدى الأميين.

إذن فإنه يمكن القول أن القبول بالفكرة المستهدفة متصل بالهنة ومعرفة القراءة والكتابة.

ومن ناحية أخرى فقد وجد هاريك Harik^(١) في دراسته أن إجابات المبحوثين تمكس أفكارهم عن التقدم والتنمية. وقد تبين له أن الصحة والتعليم والضمان الإقتصادي هي أهم الاعتبارات لديهم بشأن حجم الأسرة.

(1) Harik, 1974 op cit. p. 179.

بينما وجد روجرز Rogers أن الزوجات أكثر تعاطفاً مع تنظيم الأسرة من الأزواج^(١).

هذا ومن الضروري، عند تشكيل رسائل الاتصال الجماهيري أخذ كل الاتجاهات والدراسات المشار إليها في الاعتبار. كما يجب أن تجمع استراتيجيات الإقناع بالكامل في رسائل الاتصال عن تنظيم الأسرة.

وبناء على ما تقدم فإننا نعرض النتائج التالية:

١ - إنه يمكن تغيير الاتجاهات والسلوك إذا أدرك المرسل أن مصدر الرسالة مصدر ثقة. إن المعنى الضمني لإنشاء رسائل تنظيم الأسرة هو أن ينسب محتواها لمصدر يترك المستقبلون أن الثقة فيه عالية.

٢ - إنه يمكن تغيير الاتجاهات والسلوك إذا كان المصدر والمستقبل متجانسين. وقد وجد روجرز أن الفلاحين كانوا يتركون أن عجوز القرية متجانسا معهم، بينما كان الطبيب شخصاً ألقى مكانة.

٣ - أنه يمكن تغيير الاتجاهات والسلوك إذا عرضت النتيجة في الرسالة، وخاصة للمستقبلين ذوي الثقافة المتوسطة.

٤ - أنه يمكن تغيير الاتجاهات والسلوك إذا عرضت الرسالة فوائد ومجيب الفكرة المستهدفة، وخاصة إذا كان المستقبلون يعارضون الفكرة أو كانوا من الثقافة العالية، أو كانوا معرضين لدمايات مضادة.

٥ - أنه يمكن تغيير الاتجاهات والسلوك إذا لم تستخدم أساليب التهديد (إثارة الخوف- التخويف) في الرسالة إلا في حالات معينة^(٢).

ومما تقدم، نرى أنه يجب استخدام المبادئ السالف الإشارة إليها عند

(1) Rogers, 1973 , op cit. pp 291 - 292.

(٢) انظر الجزء النظري في هذا الكتاب .

إعداد رسالة للإقناع في تنظيم الأسرة.

تنظيم الأسرة في مرحلة لاتخاذ القرار:

إن المرحلة الثالثة في عملية لاتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة هي القرار، أى لاتخاذ القرار، التى ينهمك فيها الفرد فى أنشطة تقضى إلى الاختيار فيما بين تبني الفكرة المستحدثة أو رفضها.

وقد وجد بعض الباحثين أنه بالرغم من أن ٧٥٪ - ٩٠٪ من سكان الهند فى سن الخصوبة لديهم الإدراك والمعرفة وأن معظم هؤلاء من قوى الاتجاهات المؤيدة لتنظيم الأسرة، إلا أن ٨٪ منهم قد تبني وسائل ضبط النسل^(١).

ووجدت فى كوريا نتائج مشابهة تلك التى وجدنا روجرز فى الهند.

وتشير هذه البحوث إلى أن خلق الإدراك والمعرفة لا يقضى تلقائيا إلى الاقتناع والتبني.

وفى دراستنا سألنا أفراد العينة إذا كانوا تبنيوا تنظيم الأسرة طاملا وافقوا عليه.

ويتضح من الجدول رقم ٤٧ أن ٤٥.٨٪ من أفراد العينة قد تبنيوا تنظيم الأسرة، وأن، ٢٠٪ لم يتبنوه رغم يؤيدونه. وذكر أفراد العينة أسبابا متعددة لعدم تبنيهم تنظيم الأسرة. فقال البعض أنهم لم يتبنوا تنظيم الأسرة لأنهم أرادوا مزيدا من الأطفال. وقال البعض الآخر أنهم لم يتبنوا تنظيم الأسرة لأن نويهم لم يقبلوا أو لأن وسائل تنظيم الأسرة لم تكن متاحة. ومن بين الأسباب الأخرى لعدم التبني كان الفجل أو الخوف من الأضرار الداخلية أو الخوف من فقد القدرة على الإنجاب. كما يظهر الجدول أيضا أن، ٢٤.٢٪ من أفراد العينة لم يؤيدوا فكرة تنظيم

(1) Robert Lapham, and W. Parker Mauldin, " National Family Planning Programs: Review and Evaluation," Studies Family Planning, 1971, No. 3, pp. 29 - 52.

الأسرة ومن ثم لم يفكروا في تجنبها. وهذه النتائج تشير إلى أن خلق الإدراك والمعرفة لا يؤدي ألياً إلى الاقتناع والتبني. كما نستنتج أيضاً أن هناك فجوة واسعة بين الجزء من الجماهير في سن الاخصاب الذين يركون تنظيم الأسرة وبين نسبة من تبينوا تنظيم الأسرة من بينهم.

الجدول رقم (٤٧)

القرارات بتعطي تنظيم الأسرة

النسبة للقيمة	العدد	القرار
٪٢٤.٢	٨٥	١- لاوافق .
٪٤٥.٨	١١٤	٢- نعم أستعملها .
		٣- اوافق ولكن لا أستعملها لأني
٪٦	١٥	أريد مزيداً من الأطفال .
٪٣.٤	١	٤- اوافق ولكن لا أجد الوسائل اللازمة .
٪١.٦	٤	٥- اوافق ولكن الزوج/ الزوجة لا توافق .
٪١٢	٣٠	٦- اوافق ولكن هناك أسباب أخرى تمنعني .
٪١٠٠	٢٤٩	إجمالي

ومن ثم فإنه يمكن القول أن الوظيفة الأساسية لأنشطة تنظيم الأسرة، في وقتنا الحالي يجب أن تكون من أجل الاقتناع والحث على تغيير السلوك الظاهري، وليس من أجل الإدراك أو الأخبار.

تنظيم الأسرة في مرحلة تأكيد القرار

والوظيفة الأخيرة في عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحقة هي تأكيد

القرار. وهي المرحلة التي يسعى فيها المستقبل نحو تدعيم القرار الذي اتخذته بشأن الفكرة المستحدثة.

وقد أوضحنا فيما تقدم أنه للحفاظ على موضوع ما أو عادة معينة فإنه يجب أن نقوم بعملية تعزيز. وأنه في مجال تنظيم الأسرة، حيث يجب أن تدعم فكرة الممارسة، فإن التعزيز والتأكيد المستمر أمر مطلوب. وكما أوضحنا فإن وسائل الإعلام هي من أحسن الوسائل للقيام بهذه المهمة. ومع ذلك فإن معظم رسائل وسائل الإعلام تهدف فقط إلى التبنى وتتجاهل أهمية التعميم المستمر لاستمرار التبنى. وعلى سبيل المثال، يمكن تصميم الرسائل لتشير إلى الإجماع على تنظيم الأسرة: «كل إنسان ينظم أسرته». ولكن نادرا ما يعطى هذا الأمر أهمية كبيرة^(١).

ويقرر لافام Lapham ومولدين Mouldin أن هناك نسبة عالية من عدم الاستمرار في الممارسة قد ظهرت في البحوث التي أجريت في كثير من الدول الأقل نمواً. ويقولان أن معدل عدم الاستمرار في استخدام اللولب بعد عامين من بداية الاستخدام، في عام ١٩٧٠، في بعض البلاد كانت كما يلي^(٢).

البلد	نسبة عدم الاستمرار
كوريا الجنوبية	٪٦٧
هونغ كونج	٪٥١
ماليزيا	٪٤٨
تايلاند	٪٤٧
الهند	٪٤٦
الفلبين	٪٤٥
تايلاند	٪٤٤
بنجلاديش	٪٣٤
سريلانكا	٪٣٧

(1) Rogers, 1973, op. cit. pp. 292 - 298.

(2) Lapham and Mauldin, 1971, op cit.

وقد سألنا الذين تبنوا تنظيم الأسرة: منذ متى تبنوا تحديد النسل؟ ويشير الجدول رقم ٤٨ إلى أن ٩.٦٪ ممن تبنوا تنظيم الأسرة لم يؤكدوا قرارهم، حيث أن مرحلة تأكيد القرار تتحقق بعد فترة لا تقل عن ستة أشهر. كما يظهر الجدول أيضاً أن ٩٠.٤٪ ممن تبنوا تنظيم الأسرة قد أكدوا قرارهم.

الجدول رقم (٤٨)

مدة تبني تنظيم الأسرة

النسبة المئوية	العدد	مدة التبني
٩.٦٪	١١	منذ أقل من ستة شهور
٦.١٪	٧	منذ ستة شهور
٥.٢٪	٦	منذ سنة
١٤.٢٪	١٦	منذ سنتين
٦٤.٩٪	٧٤	منذ أكثر من سنتين
١٠٠٪	١١٤ (*)	المجموع

ومن سوء الحظ أن كثيراً من المسئولين عن تنظيم الأسرة قد تجاهلوا، إما بقصد أو بدون قصد، مشكلة عدم الاستمرار. ونحن نوصي هنا، بأن أهد الطول التي يمكن اتخاذها في تنظيم الأسرة هو خفض النسبة المرتفعة لعدم الاستمرار في استخدام وسائله.

هذا وإن تركيز معظم الاهتمام على إحرار التبني الأولى لوسائل تنظيم

(*) اقتصر هذا الجدول على أفراد العينة الذين تبنوا تنظيم الأسرة فعلاً وبلغ عددهم ١١٤ فرداً حيث لم يتم سؤال من لم يتبنوا تنظيم الأسرة وعددهم ١٢٥ فرداً.

الأمرة فقط، يعتبر أمراً غير ذي جدوى. ذلك أن التقديم المنشود لن يتم بسبب عدم الاستمرار. كما نؤكد على أن متابعة الذين يتبنون تنظيم الأسرة بعد اتخاذهم القرار مسألة هامة في تجنب عدم الاستمرار.

وقد استخدمنا اختبار كاي لإيجاد العلاقة بين تبني الفكرة المستحدثة والمهنة حيث كانت كاي المحسوبة تساوي ٢٨٧.٣٦ بينما كانت كاي الجدولة لدرجتين حرية عند مستوى ٠.٠٥ تساوي ٩٩١.٥ مما يدل على وجود فرق معنوي بين من تبنوا تنظيم الأسرة ومن لم يتبنوه، والمهن المختلفة. كما تبين أيضاً أن العمال أكثر من الفلاحين في تبني تنظيم الأسرة.

واستخدمنا أيضاً اختبار كاي لإيجاد العلاقة بين تبني الفكرة المستحدثة ومعرفة القراءة والكتابة حيث كانت كاي المحسوبة تساوي ١١٥.٣٠ بينما كانت كاي الجدولة لدرجة حرية واحدة وعند مستوى ٠.٠٥ تساوي ٨٤١.٣ مما يدل على وجود فرق معنوي بين من يعرفون القراءة والكتابة والأمينين وتبني الفكرة الجديدة. فمن يعرفون القراءة والكتابة يتبنون تنظيم الأسرة أكثر من الأميين.

ثم استخدمنا اختبار كاي لإيجاد العلاقة بين تبني الفكرة المستحدثة والتعرض لوسائل الإعلام حيث كانت كاي المحسوبة تساوي ٨٨.٩٠ بينما كانت كاي الجدولة لدرجة حرية واحدة عند مستوى ٠.٠٥ تساوي ٨٤١.٣ مما يدل على وجود فرق معنوي بين من تعرضوا لوسائل الإعلام ومن لم يتعرضوا، وتبني الفكرة المستحدثة. فهؤلاء الذين تعرضوا لوسائل الإعلام أكثر ممن لم يتعرضوا في تبني تنظيم الأسرة.

ويمكن أن نستنتج مما تقدم أن تبني الفكرة المستحدثة متصل بالمهنة ومعرفة القراءة والكتابة والتعرض لوسائل الإعلام.

هذا ويهم أن نوضح أن حملة تنظيم الأسرة هي جزء من حملة قومية ويكلمات أخرى هي فكرة آتية من خارج القرية وأيضاً آتية من الحكومة.

والجدير بالإشارة هنا أن روجرز وشوماكر قد ذكرا أن عملية اتخاذ القرار بشأن فكرة جديدة تتصل عادة بأربعة أنواع من القرارات وهي:

١ - **القرارات الاختيارية:** وهي القرارات التي يتخذها فرد بغض النظر عن القرارات التي يتخذها الأعضاء الآخرون في النظام الاجتماعي.

٢ - **القرارات الجماعية:** وهي القرارات التي يتفق الأفراد في النظام الاجتماعي على اتخاذها بالإجماع.

٣ - **قرارات السلطة:** وهي القرارات التي تفرض على الفرد من شخص في مركز قوة. وفي قرارات السلطة لا يكون إتجاه الفرد نحو الفكرة الجديدة هو العامل الرئيسي في تبنيه أو رفضه لها. فببساطة يخطر الفرد بالقرار الذي أتخذ من جانب السلطة بشأن الفكرة الجديدة. ومن المتوقع أن يخضع لهذا القرار وينفذه كأمر صادر إليه.

٤ - **القرارات المشروطة:** وهي اختيار بالقبول أو الرفض. ويمكن للفرد اتخاذ هذه القرارات فقط بعد أن تتخذ السلطة قرارها بشأن الفكرة الجديدة^(١).

هذا وإذا طبقنا هذه الأنواع الرئيسية للقرارات بشأن الأفكار المستحدثة لوجدنا أن ما يستخدم منها في تنظيم الأسرة هو مزيج من النوعين الأول والرابع. القرارات الاختيارية والقرارات المشروطة. فطالما أن حملة تنظيم الأسرة هي جزء من حملة عامة على مستوى الدولة، إذن فالقرار مشروط. ولكن في نفس الوقت نجد أن تبني تنظيم الأسرة هو قرار اختياري يتخذه كل فرد.

مصادر التأثير على تبني تنظيم الأسرة

لقد تبين أثناء الدراسة التي أجريت على قرية قها أن الأسلوب الذي استخدم للإقناع كان أسلوب الاتصال المباشر وجهًا لوجه.

هذا ومن المعلوم أن بحوث الاتصال قامت أخيرا - وإن تأخرت قليلا - بإعادة اكتشاف تأثير الجماعة^(٢). فالتأثير العميق الذي تمارسه الجماعات على مفاهيم

(1) Rogers and Shoemaker, 1971, op. cit., pp. 36 - 37.

(2) Katz and Lazarsfeld, 1958, op. cit., p. 33.

وأراء واتجاهات أعضائها قد أصبح محل تركيز البحوث في علم النفس الاجتماعي بصفة عامة وفي بحوث الجماعة الصغيرة على وجه الخصوص^(١).

ولقد أكد لقيف من الكتاب العلاقة الوثيقة الواضحة بين مثل هذه الدراسات وبين بحوث ونظريات الإتصال الجماهيري^(٢).

وتوضح هذه الدراسات ان الاتصال الجماهيري له قدرة مؤثرة للإقناع بتثبيت الآراء القائمة تقوى في تأثيرها قدرته على تغيير هذه الآراء . بمعنى انه إذا أخذنا جمهوراً معيناً تعرض لاتصال معين فإننا ، نجد بصورة تكاد نموذجية ، أن التأثير الغالب لهذا الاتصال هو تدعيم أو على الأقل استقرار الآراء القائمة لدى هذا الجمهور .

وقد وجد لازارسفيلد وآخرون في دراساتهم أن عدداً من الافراد الذين غيروا نواياهم الانتخابية قد ذكروا أن التأثير المباشر من الناس كان هو السبب الأكبر في حدوث هذا التغيير ، وكان تأثير الاتصال الإعلامي أقل منه^(٣).

(1) Klapper, 1961, op. cit., p.7.

(2) Samuel Flowerman " The Use of Propaganda to Reduce Prejudice : A Refutation " *International Journal of Opinion and Attitude Research*, 111, 1949 , pp. 99 - 108 .

Joseph Ford " The Primary Group in Mass Communication " *Sociology and Social Research*, 1954 , XXXVIII, 3.

Matilda White Riley and John Riley " A Sociological Approach to Communication Research " *Public Opinion Quarterly* , 1951 XV pp. 440 - 460 .

Eleonor Maccoby " Why Do Children Watch T.V ? " *Public Opinion Quarterly* , 1954 XVIII, pp. 239 - 244.

(3) Katz and Lazarsfeld, 1955, op. cit., p. 50.

كما تؤكد بحوث الإتصال أن عملية اتخاذ القرار ، عندما يتواجد كل من تأثير الاتصال المباشر وتأثير الاتصال الجماهيري ، يكون تأثير الاتصال المباشر تجاه التغيير أكبر من تأثير الاتصال الجماهيري .

واقـد وجد بـارك في تجربته الميدانية في إحدى مناطق ممبـول أن أكثر مصادر التأثير في إقناع الذين تبـنوا تنظيم الأسرة جاء من طريق العاملين الميدانيين الذين زارهم في بيوتهم (١) .

ثم أظهر دوبي Dubey وكولين Choldin في دارسـتهما في نيودلهـي أن أكثر مصادر التأثير أهمية للأزواج والزوجات جاء من الأصدقاء والجيران (٢) .

واقـد وجد كل من بالاكريشنام Balakishnam وماتـي Mathai في دراسـتهما في إحدى ضواحي كلكتا ، أن الأصدقاء والأقارب كانوا أكثر سنوات الاتصال أهمية في تبني تنظيم الأسرة (٣) .

هذا وتبين من كثير من بحوث الاتصال أنه في عملية اتخاذ القرار ، إذا ماوجود الاتصال المباشر والاتصال الجماهيري معاً ، يبدو أن تأثير الاتصال المباشر بالنسبة للتغيير أكبر بكثير من تأثير وسائل الإعلام .

(1) Park , 1968 , op. cit ., p.81.

(2) Dinesh Dubey , & Harvey Choldin , " Communication and Diffusion of the IUD : A case study in Urban India " Demography, 1967, No. 4. pp. 601 - 614.

(3) T.R. Balakrishnam , T.R. and Ravi Mathai , Evaluation of aFamily Planning Publicity Program in India, Calcutta, Indian Institute of Management , 1966,p .25.

وقد قمنا بسؤال الذين تبنا تنظيم الأسرة عن الوسيلة التي أثرت فيهم ليتخذوا قرارا بهذا التبنى.

وبين الجدول رقم ٤٩ أن التأثير الشخصي كان أكبر في ذلك من وسائل الإعلام. فقد ذكر ٨٧.٧٪ أن الاتصال المباشر كان هو المؤثر للتبنى بينما ذكر ٢.٧٪ أن وسائل الإعلام هي التي كان لها هذا التأثير. في حين أن ٩.٦٪ اتخذوا قرارهم، في هذا الشأن، بمفردهم.

كذلك يتبين لنا أن التأثير عن طريق الأصدقاء هو الأكثر فاعلية وبلغ ٤٢.٩٪، وأن التأثير عن طريق الأطباء والمرضات بلغ ٣١.٦٪، وأن تأثير الأقارب بلغ ١٣.٢٪.

والجدير بالإشارة هنا أن الصحف لم يكن لها أي تأثير على التبنى.

وعلى الرغم من أن وسائل الإعلام لعبت دورا هاما في نشر المعلومات عن تنظيم الأسرة كما هو مبين في الجدول رقم ٤٣، إلا أنها تبدو أقل تأثير في حث وإقناع الناس في مرحلة التبنى (تبني تنظيم الأسرة) في حين أن الاتصال المباشر، وخاصة من الأنداد المتجانسين مثل الأصدقاء، والأهل، هو وسيلة جوهرية في حث وإقناع المستقبل العادي بالفكرة المستحثة. ويعتبر الاتصال المباشر أحسن القنوات التي تقوم بمهمة الإقناع (المهمة الإقناعية)، ذلك أنه يوثق فيه باطمئنان. كما تبين أيضا أن الطبيب والمرخصة هما مصدران آخران من مصادر الثقة.

وبالنسبة للذين اتخذوا قرارهم بالقيام بمفردهم باتباع تنظيم الأسرة، فإن هذا القرار يوضح بما لا يدع مجالا للشك بأن الناس يميلون، من تلقاء أنفسهم، إلى تبني ما يقابل إحتياجاتهم ومتطلباتهم، الأمر الذي يظهر أنه لمساعدة على انجاح الحملات التوعمية لنتيجة فإنه لا بد من ربط تلك الحملات بالاحتياجات المباشرة للناس.

هذا وقد تبين أن بيانات دراساتنا تتطابق إلى حد كبير مع وجهة نظر كاتز ولازارسفيدل حين قال بأن الآراء الخاصة الظاهرية والاتجاهات غالبا ما تولد أو تدعم في الجماعات الصغيرة الصغيرة كالأسرة والأصدقاء ورفاق العمل^(١).

(1) Katz and Lazarsfeld, 1958, op. cit., p. 9.

واقـد أـكـتـ تـتـاـجـ مـرـاـسـتـنـا الفـرـخـ الـذـى افـتـرـخـنـاهـ مـن أن قـنـوات الإـتـصـال المـبـاـشـر أكـثـر أهـمـية نسـبـيـا مـن قـنـوات وسـائـل الـاعـلام فـى وظيفـة الإقـتـاع فـى عـمـلـية اتـخـاذ القـرار بـشـأن الأفـكار المـسـتـحـتـة.

الجدول رقم (٤٩)

مصادر التأثير على قبلي تنظيم الأسرة

السؤال: كيف قررت استعمال وسائل منع الحمل؟

الحسبة المئوية	العدد	الكيفية
٩.٦٪	١١	بمفردي
-	-	عن طريق المعاينة في الجرايد
٠.٩٪	١	عن طريق الزائجو
١.٨٪	٢	عن طريق التليفزيون
١٣.٢٪	١٥	عن طريق الأقارب
٤٢.٩٪	٤٩	عن طريق الأصنفاء
٣١.٦٪	٣٦	عن طريق الطبيب أو الممرضة
١٠٠٪	١١٤ (٥)	إجمالي

(٥) اقتصر هذا الجدول على أفراد العينة الذين ثبتوا تنظيم الأسرة وهدم ١١٤ فردا فقط.

الخلاصة :

يمكن القول مما تقدم أن وسائل الإعلام تستطيع أن تكون ذات فائدة كبيرة في عملية اتخاذ القرارات، التي يجب أساسا أن تصاحب التغيير الاجتماعي.

وقد حاولنا في هذا الفصل تقييم دور وسائل الإعلام في عملية اتخاذ القرار الخاص بتبني فكرة مستحثة. وتحليل هذا الدور اختوتنا تنظيم الأمرة على اعتبار أن الانفجار السكاني يعد واحدا من المشاكل الرئيسية التي تواجه التنمية في مصر، ولهذا السبب فإن حكومة مصر تعطي أهمية كبيرة لهذا الموضوع.

وقد تبين لنا أن هناك دور لوسائل الإعلام في كل وظيفة من الوظائف الأربع الرئيسية في عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحثة: وهذه الوظائف هي:

١ - المعرفة

٢ - الاقتناع (تكوين الاتجاه وتغييره).

٣- القرار (التبني أو الرفض)

٤ - تأكيد القرار.

أما القول بأن الاتصال الذي خلق الإدراك والمعرفة في تنظيم الأسرة يؤدي تلقائيا إلى الاقتناع والتبني، فهو قول لا يستند إلى دليل صحيح.

هذا ويمكن أن نستنتج من بيانات مسحها ما يأتي:

١ - إن قنوات وسائل الإعلام أهم نسبيا في وظيفة المعرفة، ونشر المعلومات من الابتكار، وأن قنوات الاتصال المباشر (الاتصال الشفهي) أهم نسبيا في وظيفة الاقتناع، في عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحثة.

٢ - إن التأثير الشخصي له دور حاسم في التغيير قد يكون أكبر مما تستطيع وسائل الإعلام القيام به. ومع ذلك فقد أثبتت وسائل الإعلام فاعليتها في تغذية المناقشات بالمعلومات وبخلق الإدراك وتوضيح القضية.

- ٢ - للاتصال المباشر وخاصة من الأنداد المتجانسين كالأصدقاء والأهل تأثير قوى على أفراد العينة فى إقناعهم بالفكرة المستحضرة.
- ٤ - إن قبول الابتكارات والأفكار المستحضرة متحصل بمعرفة القراءة والكتابة وبالحالة الاجتماعية (المهنة).
- ٥ - إن تبني الابتكار أو الفكرة المستحضرة متحصل بالمهنة وبمعرفة القراءة والكتابة وبالتعرض لوسائل الإعلام.
- ٦ - إن عدد الأولاد (الأطفال) لدى الفرد يتحدد بعناصر (خصائص) معينة مثل معرفة القراءة والكتابة والحالة الاجتماعية.
- ٧ - إن أغلبية أفراد عينة الدراسة فى قها لا يناقشون موضوع تنظيم الأسرة علنا حيث أنهم يعتبرونه موضوعا محظورا . ولا شك أن فهم كل من المصدر والمستقبل للموضوع يحدد ما إذا كانت الرسالة المعنية هى رسالة محظورة أم لا . والرسائل المحظورة هى تلك الرسائل التى ينظر إليها على اعتبار أنها مسائل غاية فى الخصوصية والشخصية.

الفصل الثانى عشر

وسائل الأعلام فى

ممارستها لدور المعلم

تمكن وسائل الإعلام الفرد من رؤية نفسه فى إطار الوحدة الوطنية والعلاقات المتبادلة على اتساع العالم، ويرى كاسيرر Cassirer أن وسائل الإعلام تخلق المناخ الذى يمكن من خلاله تنبى الممارسات التكنولوجية الجديدة والاتجاهات المستحدثة. كذلك فإنها تمكن المواطن من القيام بدوره فى وطنه. ولكن هذا الإدراك الذى يتم بواسطة الإعلام Awareness through information قد يبدو إدراكاً غير كاف طالما أن الفرد غير مؤهل تعليمياً لفهم المهارات والمعرفة الجديدة^(١).

ويعتقد شرام أن وسائل الإعلام تساعد فعليا فى كل أنواع التعليم والتدريب. وقد أثبتت فاعليتها فى ظروف متعددة سواء أكان ذلك داخل المدارس أو خارجها. كما أثبتت أيضاً قدراتها على استكمال العمل المدرسى، ويضيف إلى ذلك بالقول بأنه أينما يندر المدرسون والمدارس فإن وسائل الإعلام تبرز على قدرتها فى القيام بجزء كبير من العمل التعليمى بنفسها. كما أثبتت أنها تعاون كثيراً فى تعليم الكبار وفى التدريب على معرفة القراءة والكتابة. علاوة على ذلك فإنها تعاون إلى حد كبير فى التدريب على الصناعة والخدمات الفنية^(٢).

وهذه الحقائق هامة لأننا نعرف مدى ندرة المدرسين والمدارس من ناحية. وأن معظم المدرسين العاملين مدربون على طرق التطعيم التقليدية وليس على الطرق الحديثة من ناحية أخرى. كما أنه من ناحية ثالثة فإن المهارات الفنية غير كافية.

(1) Henry Cassirer, "Radio and Television in the Service of Information and Education in Developing Countries", Paper Presented for World Radio Hand book, 1963.

(2) Schramm, 1964, op. cit., p. 141.

وفى الناحية الأخرى فإننا نجد أن هناك عدد ضخم وهائل من الأميين الكبار فى العالم^(١) وأن كل المناطق النامية تحتاج احتياجات ضخمة لتعلم المهارات والممارسات الزراعية الجديدة.

وكما ذكرنا من قبل فإن وسائل الإعلام هى وسائل فعالة - ولاشك - فى ممارستها لدور المعلم. ومن المؤكد أن الكتب المدرسية قد أثبتت قدرتها فى هذا المجال منذ زمن بعيد. وكذلك أثبت الراديو والتلفزيون قدرتهما المعاونة فى تعليم الكبار وفى فصول الدراسة. والدليل على ذلك ما نراه حالياً من قدرتها الفائقة باستخدام الأساليب الحديثة. وعلى سبيل المثال، أجرى شرام فى بعض الدول النامية مقارنة تجريبية بين فصول يتم التعليم فيها بواسطة التلفزيون بصفة أساسية وفصول يتم التعليم فيها بالطرق المدرسية التقليدية. وكانت النتيجة أنه فى ٦٥٪ من جميع الحالات التى تمت فيها المقارنة لم يكن هناك فرق بين مجموعتى الفصول بالنسبة للنتيجة النهائية للتلاميذ. وفى ٢١٪ من الحالات أدى تلاميذ فصول التلفزيون الامتحان بشكل أفضل جداً من تلاميذ فصول الطرق التقليدية. وفى ١٤٪ فقط كانت الفصول التقليدية أفضل من الأخرى.

ومن ناحية أخرى فإن التقارير الأولية عن التعليم المبرمج تعتبر أيضاً تقارير مشجعة جداً. وفى معظم الحالات تبين أن البرامج الإعلامية تمكنت من الإسهام بفاعلية المدرسة^(٢).

ولقد سبق أن أشرنا أيضاً إلى أن وسائل الإعلام قادرة على اداء وظيفة الإعلام ونقل المعلومات بدون مساعدة. ويمكن القول استناداً إلى ما تقدم وإلى دراستنا فى قرية قها كما سيأتى، أنها تستطيع أيضاً أن تساعد المعلم. وذلك على الرغم من اختلاف عملية التطعيم عن عملية نقل المعلومات. فالتدريب والتعليم عمليتان

(1) Ibid.

(2) Wilbur Schramm. "What we Know about Learning from Instructional Television" in *Educational Television: The Next Ten Years* Stanford, Calif: Institute for Communication Research, 1962, pp. 5 - 76.

أكبر من مجرد نقل المعلومات. ذلك أنهما يتطلبان النمو الهادف وتعلم المهارات، والبناء المنظم للمعرفة، والإعداد للعمل. وكل هذا يمكن إنجازَه بأفضل صورة عندما يكون هناك اتصال مباشر مرتبط بالتعليم عن طريق البرامج الإعلامية، أي عندما يكون هناك مدرس يعمل مع التلميذ، وعندما تكون هناك مجموعة مناقشة تساعد على اختيار نوع الأساليب الفنية الجديدة والوسائل التي سيستوجبها المجتمع لتصحيح جزء من حياته اليومية، أو على الأقل عندما يكون هناك موجه ليشق بين بعض الدراسات ويعطى المساعدات اللازمة للتلميذ عندما يحتاج إليها.

وفي التدريب على معرفة القراءة والكتابة عن طريق الرايبي، يكون التلميذ في حاجة إلى المدرس أو الموجه بعد انتهاء الإذاعة التطهيمية:

وفي تعليم الكبار في المجتمع أسهمت المناقشات الجماعية وهيئات التكريس بصورة كبيرة في فاعلية الرايبي. وفي بعض الأحيان تظهر الحاجة إلى «الإتصال ذو الاتجاهين» في هذه العملية. والإتصال ذو الاتجاهين يعني هنا وجود المدرس أو الموجه ليوجه، أو يحدث التفاعل أو ليرد على الاستفسارات، أو ليناقش.

هذا والجمع بين التعليم باستخدام وسائل الإعلام، والتعليم المباشر - الذي يتم بواسطة المعلم الخبير في وسائل الإعلام، ثم التفاعل ذو الاتجاهين بين المدرس والتلميذ - قد أثبت قوة غير هائلة في العمليات التطهيمية.

وإذا نظرنا إلى مصر نجد أن الإنسان المصري له - كما أشرنا فيما تقدم - خصائص أو مواصفات وطباع معينة تجعله متميزاً عن غيره في بلاد أخرى. يضاف إلى ذلك بأن ثقافته وأصالة تتحد من أكثر من خمسة آلاف سنة حيث كان موطناً وصانع حضارة عجز العالم كله عن تفسيرها، ولا يزال. فإذا أضفنا إلى ثرائه الحضاري منذ آلاف السنين مثابرته وقوة تحمل ومهارته أمكن أن نبلور إلى حد كبير تكوين ذلك الإنسان^(١).

(١) يوسف السباعي، ١٩٧٨، المرجع السابق ص ٣٩، ٢٨.

وإذا استطلعتنا تعليم العامل المصرى ما لاقته من تكنولوجيا العصر الحديث فى عناصر الإنتاج وفى أسواق البيع والشراء وفى بورصات تداول الأموال وفى كل الأنشطة المختلفة لاتفصح لنا مدى قوة اليد العاملة المصرية المخزونة.

ولهذا فإن الدولة لم تهمل التعليم بل حاربت كل ما يعوقه. فللقضاء على الأمية وارتفاع مستوى التعليم نجد أن التعليم المدرسى والجامعى بالمجان فى جميع مراحلهما. وهو يبدأ بمرحلة إلزامية وينتهى بتعليم جامعى يوزع فيه الطلبة على الدراسات المختلفة حسب مجموع الدرجات التى حصلوا عليها وليس حسب رغباتهم. كذلك نجد أن هناك توسعا ألقيا فى التعليم العالى بإنشاء تخصصات ودراسات جديدة وإنشاء جامعات جديدة فى معظم محافظات مصر.

ورغم ما تم فى مجال التعليم الإلزامى للقضاء على الأمية نجد أن نسبتها فى بعض المحافظات - لا زالت مرتفعة بدرجة قد لا تتناسب مع ما قامت به الدولة فى هذا الصدد. ذلك أنه تبين من الإحصائيات الرسمية لوزارة التعليم أن حوالى ٢٢٪ من الأطفال لا يدخلون المدارس. وتحاول الحكومة أن تستخدم أسلوب الإجبار فى التعليم بأن تفسط على أولياء الأمور لادخال أولادهم المدارس، كما تجرى اتفاقات أحيانا بين بعض المجالس المحلية وبين الأهالى لفرض عقوبات على من يخالف ذلك كما يفرض الحظر على تشغيل الأطفال بالمصانع والمزارع فى القطاعين العام والخاص^(١).

وعلى العكس من ذلك نجد إحصائيات الوزارة تقول أن المدارس الثانوية فى محافظة واحدة لم تستوعب حوالى ١٢ ألف طالب. إذن كيف نجبر أولياء الأمور على إدخال أولادهم المدارس الإبتدائية فى مرحلة قد تكون فيها مدارس بلا تلاميذ فإذا ماغلوا وجنوا أن أولادهم أصبحوا خارج المدارس؟

ويزداد هذا التناقض إتساعا إذا ما انتهى الطالب من التعليم الجامعى حيث يقابل الحياة العملية بمرتب ضئيل وحمل أفعال^(٢).

(١) يوسف السباعي، المرجع السابق ص ٦٢، ٦٣.

(٢) يوسف السباعي المرجع السابق ص ٦٤.

وإذا انتقلنا إلى مجال التدريب المهني والفني نجد أن الدولة قد وفرت في كل وحدة من وحدات القطاع العام ، تقريرا إداريا رئيسية للتدريب تتولى مهمة تدريب العاملين الإداريين والفنيين ، على الإصايب الحديثة في الإدارة والإنتاج . وعلاوة على ذلك فإنه في بعض الوحدات تفتح فصول لمحو أمية العاملين . يضاف الى هذا بيان الدولة أنشأت الجهاز المركزي للتدريب لتكون مهمته الأساسية تدريب العاملين في شتى المجالات والمستويات .

ومن الجدير بالذكر أن نبيين هنا تجربة تمت في محافظة البحيرة منذ فترة . فقد تم إنشاء مركز للتدريب العرفي أو ما يمكن أن يسمى بالمدرسة البيئية أو المدرسة الابتدائية (١) . ويضم المركز (أو المدرسة) عدة أقسام لتعليم حرف متعددة وقد أدخل في هذا المركز صيدية وصبيات المحافظة وأصبح كل صيدى ، وصيدية ، يتقاضى أجرا لقاء ما يقوم بإنتاجه مما أدى إلى زيادة التعليم العرفي من ناحية وزيادة الانتاج وخفض تكلفته وأسعار بيعه من ناحية أخرى علاوة على حصول الصيدية على أجور في تناول أيديهم ، مما أدى إلى زيادة الأقبال على هذا النوع من التعليم العرفي .

هذا وغير خاف أن وسائل الإعلام تلعب أدوار هامة في مجال محو الأمية وفي مجال رفع مستوى التعليم فالإذاعة تقدم برامج محو الأمية كما تعد برامج دراسية لتلاميذ المراحل الابتدائية والإعدادية والثانوية . وبالمثل هناك برامج يعرضها التلفزيون لمحو الأمية وبرامج يعرضها لتلاميذ المراحل الدراسية المختلفة بالإبتدائى والإعدادى والثانوية .

أى أن وسائل الإعلام تعتبر ذات عون كبير في مجالات متعددة من الدراسة وتعليم الكبار ، والتدريب على المهارات . وفي حالة نفرة المدرسين والمربين والموجهين تستطيع وسائل الإعلام القيام بجزء أكبر نسبيا في العملية التعليمية . وبمجرد أن

(١) يوسف السبامى للرحم السابق ص ٦٨ .

يتم تعليم المهارات الأساسية فإن وسائل الإعلام تستطيع تقديم فرص إضافية للتعليم . وعلى سبيل المثال ، بمجرد تعليم الخطوة الأساسية في الزراعة الحديثة يستطيع الراديو والمواد المطبوعة أن يقدمان سيلا من المعلومات الخاصة بالفلاحة العملية .

دور وسائل الاعلام فى محو الأمية

تقديم :

نتناول هنا دور التليفزيون فى إيطاليا ومصر ودور وسائل أخرى فى بعض البلاد .

هذا وفى براسقتنا على قرية قما بأختبار أثر وسائل الاعلام فى تعليم المهارت الضرورية وأخترنا حملة محو الأمية ، على سبيل المثال ، لإجراء هذا الاختبار ، فالأمية - كما أشرنا - هى واحدة من المعوقات الرئيسية فى طريق التنمية فى مصر .

وقد سبق أن قدمت الشعبة الفرنسية القومية لليونسكو الافتراض العام التالى: يجب النظر الى معرفة القراءة والكتابة فى البلاد النامية على أنها مسألة عملية . أى أن ننظر اليها على أنها وسيلة نؤدى لغاية . أنها وسيلة لخلق مواطنين أكثر نفعاً وأكثر إنتاجاً ، وازيادة سرعة التنمية القومية . وعلى ذلك ينبغى أن يرتبط مضمونها باحتياجات المجتمع وخطة التنمية . وأن يتم التأكيد على أن تعلم القراءة عمل نافع من وجهة نظر المجتمع والفرد وأن عائدتها سيكون فى الوظائف والمراكز التى يحصل عليها المتعلم فى المجتمع ، ومن هنا تتبع المواقف على تعلم القراءة والكتابة . كما ينبغى أن تكون مواد القراءة التى يحصل عليها المتعلم بعد التوريب متصلة ، بطريقة عملية ، بمشاكل الحياة والفرص المتاحة فى المجتمع بحيث لا يرى من يتعلم حديثاً أن تعليمه لم يكن يستحق كل هذا الجهد الذى بذله مما قد يؤدى إلى أن يتخلى كلية عن التعليم ^(١) .

(1) George Foster Traditional Cultures and The Impact of The Technological Change, New York: Harper and Row 1962 pp. 138 -139

واقـد حاولت معظم الدول النامية أن تستكمل جهودها المدرسية في تعليم القراءة والكتابة بجهود خارج المدرسة تعتمد على التلفزيون أو الراديو أو الأفلام . هذا لا يعرف بالضبط عدد الدول التي تعلم القراءة والكتابة بواسطة التلفزيون إلا أنه يمكن القول أن إيطاليا والبرازيل والمكسيك ومصر وچواتيمالا ومساـحل العماـج والولايات المتحدة الأمريكية وكينيا من ضمن هذه الدول (١) .

والطريقة المتبعة في فصول تعليم القراءة والكتابة باستخدام وسائل الإعلام هي أن يتم تكليف مدرس ، أو على الأقل مشرف متطوع ، في الأماكن التي تخصص للدارسين لتعلم أو لشاهدة برامج تعليم القراءة والكتابة ، ووجود المدرس أو المشرف مهم جداً في حالة التطعيم بالراديو الذي يقدم الصوت ولا يقدم الصورة والصوت في وقت واحد كالتلفزيون . وهذا المدرس يحتاج إلى قليل من التدريب حيث أن المدرس القدير المتحدث في الراديو أو الذي يظهر في الفيلم يقوم بمعظم العمل .

إيطاليا والتعليم بالتلفزيون :

من المعلوم أن التلفزيون أداة مشوقة في تعليم القراءة والكتابة لأنه يعرض الصورة والصوت معاً ولأنه أداة حديثة تسيـاذات جانبية خاصة .

هذا وقد أجرى في إيطاليا إختبار هام لمعرفة دور التلفزيون كقناة لتعليم القراءة والكتابة (٢) . ومن الجدير بالذكر أنه حتى عام ١٩٦٠ كان عدد الأميين في إيطاليا حوالي ٢ مليون أمي ، تركز معظمها في الجزء الجنوبي والريف منها . يضاف إلى هذا بين الأميين كانوا ، بدرجة كبيرة ، ضد تعليم القراءة والكتابة . وقد

(1) UNESCO Experts Meeting on Method and Techniques in Communication Paris , 1962 .

(2) Evelina Tarioni, "A Programme on the Struggle Against Illiteracy " Television and Adult Education, 6, 1962, pp. 3- 8.
Maria Grazia Puglisi , "The Contribution of Italian Television to The Campaign to Eradicate Illiteracy through T.V broadcast, It is Never too Late " Paper Presented to UNESCO Meeting on Expert on New Methods and Techniques in Education, Paris, 1962

قام التلفزيون الإيطالي ووزارة التعليم بتوحيد جهودهما وإمكاناتهما لحل هذه المشكلة . وابتدعا برنامجاً تلفزيونياً مستمراً أسماه « لم يمض الوقت بعد » وقد تم تصميم هذا البرنامج بمهارة كبيرة حتى لا يربك ولا يزعج المشاهدين الجارى تعليمهم ، وأعد البرنامج على أساس عدم ظهور مكتب المدرس ولا حجرة الدرس على الشاشة ، يضاف إلى ذلك بأن اختيار المدرس تم على أسس معينة كأن يكون ودياً وأنساناً عادياً ولا تبو عليه سمات العلماء أو كبار المفكرين كذلك روى عدم المساس بكبرياء الدارسين ، أى عدم الاستخفاف بهم وعدم معاملتهم كتلاميذ صفار ، كما تضمن البرنامج قدرًا من المرح والمعلومات المفيدة بالإضافة إلى موضوعات تعليم مهارات القراءة . وقد أمكن تحقيق ذلك كله من خلال مواد للقراءة أعدت خصيصاً للبرنامج وتبعتها مقررات إضافية يلتحق بها الراغبون من الدارسين . ولقد وجد مسئولون الإيطاليون أنه من المفيد وجود مدرس فى كل مكان يجتمع فيه الفصل الدراسي لكى يقوم بتدريب الدارسين ويستكمل عرض التلفزيون ويرد على الأسئلة

وبعد ذلك اتجهت التجربة الإيطالية لتعليم القراءة والكتابة باستخدام التلفزيون للكبار ذوى الجول المقاومة للتجربة . وكانت النتيجة أن كل الكبار تقريباً الذين تابعوا البرنامج فى مواقع المشاهدة تمكنوا من تعلم القراءة والكتابة . وكانت نتائج تعليم البعض منهم أفضل بلا شك من نتائج تعليم البعض الآخر . وقد كان من الصعب جمع بيانات مضبوطة تماماً من تقدم الدارسين الذين شاهدوا البرنامج فى بيوتهم ، إلا أن تقارير كثيرة أكدت أن بعض هؤلاء اهتموا كثيراً بمعاونة المدرس المحلى فى تصحيح تربيته الدارسين .

هذا وقد ذكر وزير التعليم العام أن التجربة كانت اقتصادية للغاية . وبلغ عدد المواقع المنتظمة للمشاهدة أربعمائة ألف موقع ، وعدد المشاهدين خمسمائة وثلاثة وستين ألف مشاهد تقريباً ، أى ما يوازي أكثر من ربع إجمالى الأميين فى إيطاليا . وقد تجمع كل هؤلاء الدارسين المشاهدين فى وقت واحد ليتعلموا على يد خبير واحد (١) .

(1) Paglisi, 1962 op. cit.

مصر والتعليم بالتلفزيون :

أما في مصر ، فله يمكن القول أن استخدام التلفزيون في حملة محو الأمية هو آخر تطور للاستخدام المفيد لوسائل الإعلام ^(١) . وقد تم تنفيذ حملة محو الأمية على مراحل . كانت المرحلة الأولى في الفترة بين عامي ١٩٦٣ - ١٩٦٤ حيث استمرت الحملة ثمانية شهور ، وتضمنت ٩٥ فصلا ، وتم تنفيذها في خمس مناطق تعليمية في القاهرة والجيزة ، أقيم فيها ٧٤ نادى للمشاهدة التحق بها ٢٨٦٥ دارسا ، موزعين على النحو التالي :

(أ) ٣٧ فصل تجريبى باستخدام التلفزيون بها ١٦٩١ دارسا .

(ب) ٣٧ فصل عادى بدون استخدام التلفزيون بها ١١٧٤ دارسا .

وقد عقد اختبارين للدارسين ، أحدهما في أبريل ١٩٦٤ والثانى في يونيو ١٩٦٤ حضر الامتحان ٨٢٥ (٤٨٪) من الدارسين في فصول التلفزيون ، بينما حضر الامتحان الآخر ٤٥٠ (٣٨٪) من الدارسين في الفصول العادية .

وكانت نتيجة الإختبارين على النحو التالى :

(أ) نجح ٩٩٪ من دارسى نوادى (فصول) مشاهدة التلفزيون التى أشرف عليها مدرسون مؤهلون .

(ب) نجح ٩٥,٥٪ من دارسى (فصول) مشاهدة التلفزيون التى أشرف عليها مدرسون غير مؤهلين .

(ج) نجح ٩٦,٧٪ من دارسى نوادى المشاهدة الكبيرة .

(د) نجح ٩٨٪ من الدارسين فى كل نوادى المشاهدة .

(هـ) نجح ٩٦٪ من دارسى الفصول العادية ^(٢) .

(١) إتحاد إذاعات الدول العربية ، دراسات وبحوث إذاعية - الراديو والتلفزيون في مجال

محو الأمية ، رقم ٩ ، القاهرة ١٩٧٦ .

(٢) إتحاد إذاعات الدول العربية ، ١٩٧٦ ، المصدر السابق ص ٨٣ ، ٩٢ .

وهذه النتائج تشير إلى عدم وجود فرق محسوس بين نتيجة عمل المدرسين المؤهلين وغير المؤهلين في الإشراف على نوادى مشاهدة التلفزيون . كما أن نتائج النجاح في الفصول العادية أفضل بدرجة بسيطة جداً من نتائج نوادى مشاهدة التلفزيون (بمدرسين غير مؤهلين) وأن نتائج باقى النوادى أفضل من الفصول ، مما يتبين معه أن التلفزيون له أهمية كبرى فى عملية التعليم .

وتم تنفيذ المرحلة الثانية فى عام ٦٤ - ١٩٦٥ واختيرت المناطق الريفية فى محافظات القاهرة والجيزة والقليوبية والمنوفية . وأعد ١٣٠ فصلاً لهذه التجربة منها سبعون فصلاً تستخدم التلفزيون ، ٦٠ فصلاً تستخدم فيها الطرق التقليدية للتدريس .

وقد تبين أن التلفزيون قد استطاع تنظيم الحضور ، إلا أن الفصول التى لم تستخدم فيها التلفزيون حققت نتائج أفضل على عكس ما كان متوقعا . وكل ما يمكن قوله إزاء ذلك أن المدرسين ربما كانوا غير قادرين على الانتفاع بهذه الوسيلة التعليمية الجديدة .

وقامت إدارة التلفزيون بالمرحلة الثالثة فى عام ٦٨ - ١٩٦٩ ، وكانت الخطوة الأولى تحديد مراكز المشاهدة فى ١٨ محافظة ، وقد بلغت ٣٨٠ مركز . كما اختير ٣٨٠ مشرفاً وتم إعطائهم برنامجاً تدريبياً خاصاً . كذلك تم إعداد مراكز أخرى للمشاهدة ، دون أن يعين فيها مشرفين . وقد بلغ عدد الدارسين فى مراكز المشاهدة التى عين بها مشرفين ١٠٥٠٠ دارس ، يضاف إلى ذلك المشاهدين من المنازل الذين أمكن حصرهم . و طبقاً لتقارير التلفزيون نجد أن حوالى أربعمائة مشاهد من المنازل كانوا على اتصال مستمر بإدارة محو الأمية بالتلفزيون ، وقد أرسلت لهم أوراق الإمتحانات .

وكانت الدروس تذاق ثلاث مرات أسبوعياً ، أيام السبت والأثنين والأربعاء فى الساعة السابعة مساءً . وكانت مدة البرنامج ٣٠ دقيقة . وكان من الضروري جمع الدارسين قبل بدء كل برنامج بمدة نصف ساعة ، حتى تتاح الفرصة للمشرف على

مركز المشاهدة أن يهيئ المناخ للدرس . وبعد انتهاء البرنامج كانت المناقشات تدور لمدة نصف ساعة .

وقد اعد التلفزيون تقريراً يتضمن توصياته في هذا الصدد وهي على النحو التالي :

١ - الاستمرار في استخدام التلفزيون في حملة محو الأمية .

٢ - إنشاء إدارة ثابتة (دائمة) تستطيع تنسيق العمل .

٣ - إعداد المادة التعليمية الضرورية التي تناسب طبيعة التلفزيون .

كذلك أعطى التقرير توصياته للمستقبل بأنه يجب أن تمتد حملة محو الأمية لتشمل عدد أكبر من المحافظات ، مع ضرورة أخذ المشاهدين غير المسجلين في الاعتبار ، وتطوير مادة البرنامج ، وإيجاد نظام لمتابعة الدارسين بعد تخرجهم .

هذا يمكننا القول أن كل برامج تعليم الكبار ، وخاصة تلك التي تستخدم وسائل الإعلام كالتلفزيون أو الراديو ، قد اعتمدت كثيراً على مواد معينة (خاصة) سهلة للإستخدام بعد الفصل الدراسي ، ويؤمن هذه المواد فإن الدارس قد ينسى المهارة التي اكتسبها حينئذ . وأكثر من ذلك ، إذا كانت هذه المواد مخططة جيداً فإنها تستطيع أن تنتشر قدر كبير من المعلومات المفيدة في مجالات الزراعة والصحة ، وإصلاح البيئة ، والتربية الوطنية ، والتاريخ القومي وغيرها من الموضوعات التي لها أولوية في التنمية القومية .

وسائل اعلامية أخرى في محو الأمية :

وقد تناولت بلاد مختلفة هذه المواد التعليمية بطرق مختلفة ، إذ نشرت بورتوريكو ، على سبيل المثال ، أربعة كتب وحنة كتيبات وأربعة أعداد من المصنفات ، التي بلغت حوالي ثمانية أو عشرة ملصقات ، كلها سهلة القراءة ومتصلة ببرنامج التنمية .

وفي ليبيا تصدر مجلة شهرية مصورة اسمها اليوم الجديد تباع بثلاثة سنتات ومادتها مكونة من ١٧٠٠ كلمة من الكلمات التي يتضمنها برنامج محو الأمية .

وفي شمال نيجيريا ، تم إصدار مجموعة من الصحف المصغرة ، يعادل حجم كل ثمان صفحات منها حجم صفحة من جريدة مصرية ، ليستخدمها الذين تعلموا القراءة والكتابة حديثاً .

وفي لشناو Luchnow بالهند تزود مكتبات القرى بمعاجم بسيطة، كما يتم نشر الكتب المناسبة للذين تعلموا القراءة والكتابة حديثاً، وتصدر مجلات عائلية نصف شهرية سهلة القراءة.

وفي بعض الدول تصدر صحف خاصة أسبوعية أو نصف شهرية تقدم الأخبار في شكل سهل القراءة ، وبالتالي فإن هذه الصحف تبني لدى قرائها عادة قراءة الأخبار والإهتمام بها . وفي دول أخرى يضاف إلى الصحف القائمة عموداً أو أكثر يتضمن مواد كتبت خصيصاً لمن تعلموا القراءة والكتابة حديثاً ^(١).

هذه الطرق وغيرها كافية لنشر المواد التعليمية ، ولكن المشكلة هي إعداد المادة التي يعتبرها الكبار مفيدة ومثيرة للإهتمام والتي يسهل قراءتها ، وحتى دون كتابتها .

وعلى ذلك فإن وظيفة وسائل الإعلام هي وظيفة هامة في المراحل الثلاث لعملية تعليم القراءة والكتابة . فهي تعاون في بناء الإهتمام والماقرز على تعلم القراءة وعندما يذهب الدارس إلى الفصل تستطيع وسائل الإعلام أن تلعب دوراً مساعداً أو أساسياً - كما كان للتلفزيون في تجربة إيطاليا . وعندما يحصل الدارس على مهارة كافية ليقرأ قليلاً بنفسه ، فإنه يجب أن نمده بواسطة وسائل الإعلام بمادة سهلة تصل الفجوة ما بين التعلم في الفصل والقراءة الطبيعية للبالغ ^(٢) .

(1) Schramm, 1946, op. cit. - p. 163.

(2) Ibid .

وفى ضوء الدراسات التى أجريت نعرض الفرض العام التالى :

تستطيع وسائل الإعلام أن تلعب دورا مساعدا أو دورا رئيسيا فى حملة محو الأمية تبعاً لمتطلبات الفرد .

وتم تحليل بيانات مسح قرية قها للتحقق من هذا الفرض.

مصادر المعرفة فى برنامج محو الأمية

كما هو معلوم فإن الأمية تعتبر واحدة من العقبات الرئيسية فى طريق التنمية فى مصر وقد بلغت نسبتهـا ٦٩,٧٪ لمن يزيد عمرهم على عشر سنوات طبقاً لإحصائية فى ١٩٧٠ (١) .

ومن المقرر أن وسائل الإعلام تلعب دورا هاما فى كل مرحلة من مراحل حملة محو الأمية فى الدعاية للفكرة ، وفى تعليم القراءة والكتابة وفى تعليم الثقافة العامة وفى متابعة الحملة .

ولقد سألنا أفراد العينة فى قها إذا كانوا قد سمعوا بحملة محو الأمية . فالخطوة الأولى هى استطلاع مدى نشر المعرفة بوجود برنامج محو الأمية وبالطبع فقد اختير الأميين للإجابة على هذا القسم من الاستبيان ، والذين يقرأون فقط والذين يقرأون ويكتبون لكنهم مازالوا يحضرون فصول محو الأمية أو البرامج الإعلامية لمحو الأمية .

(1)Unesco Demographic Statistics, 1971, op. cit.

الجدول رقم (٥٠)

مصادر الإدراك لبرامج محو الأمية

النسبة المئوية	العند	المصدر
٥٤,٧٪	٨٨	١- سمعت من طريق الراديو
١٥,٥٪	٢٥	٢- سمعت من طريق التلفزيون
٥,٦٪	٩	٣- سمعت من طريق الأقارب
١١,٨٪	١٩	٤- سمعت من طريق الأصنفاء
١,٢٪	٢	٥- سمعت من طريق مصدر آخر
١١,٢٪	١٨	٦- لم اسمع عنها
١٠٠٪	١٦١	الإجمالي (٥)

ويتضح من الجدول رقم ٥٠ أن ٧٠,٢٪ من أفراد العينة يدركون عن طريق وسائل الإعلام وجود برامج محو الأمية . كما تبين أن الراديو هو أعلى مصدجات منه تلك المعرفة (٥٤,٧٪) ، وتبعه التلفزيون (١٥,٥٪) . هذا ولم تزيد نسبة من أدركوا وجود البرامج عن طريق الاتصال المباشر عن ١٧,٤٪ . وهناك قلة ذكرت مصدر آخر وهو العمل . أما الذين لم يسموا بوجود برامج أو فصول لمحو الأمية فهم يمثلون ١١,٢٪ من أفراد العينة .

ويمكن أن نستنتج من ذلك أن وسائل الإعلام هي المصدر الرئيسي للمعلومات بخصوص الإدراك بوجود البرامج الإعلامية لمحو الأمية . وبالتالي نستطيع القول أن وسائل الإعلام هي وسائل فعالة في الدعاية لفكرة حملة محو الأمية .

(٥) اقتصر هذا الجدول على أفراد العينة الأميين والذين يقرؤون فقط والذين يقرؤون ويكتبون ، ولكنهم مستبدون في تتبع البرامج الإعلامية لمحو الأمية .

ومع ذلك فإن هناك عدة عقبات تقف في طريق حملة محو الأمية في مصر .
وفي تقرير لإتحاد الإذاعة والتليفزيون ذكرت المصاعب التي تواجه حملة محو الأمية
كما ذكرت ومائل حلها ، وعلى النحو التالي ^(١) :

١- النقص في عدد المدرسين المتربين ، إذ تعين الحملة مدرسي المدارس
الإبتدائية في برامج التدريب المكثف الذي يتم في فترة بعد الظهر ، ولكن يوجد
نقص في عدد المدرسين ، وتحتاج الحملة إلى عشرات الآلاف منهم ، وإربخال
التليفزيون يمكن حل هذه المشكلة . وذلك أن المدرس الذي يظهر بالتليفزيون عادة ما
يكون حالي التدريب والتأهيل ، في حين أن قادة مجموعات المشاهدة يمكن أن يكونوا
من حملة المظاهرات المتوسطة فقط .

٢ - عدم الانتظام في حضور الفصول ، فالفصل يبدأ ، عادة بعدد بين ٢٠
- ٤٠ دارس ، ثم يتناقص هذا العدد بالتدرج ليصل إلى عشرة دارسين . والمظاهرة
عدم الانتظام عدة أسباب مثلاً نجد أن جو حجرة الدرس ممل ، كذلك فإن طريقة
معاملة الدارسين طريقة لا يقبلها الكبار . وهنا يوضح التقرير للمرة الثانية أن
التليفزيون قد يحل هذه المشكلة من خلال عرض الدروس في صور متحركة .

٣ - إختلاف طبيعة الجمهور وإختلاف ساعات عملهم وهو ما يجعل الأمر
صعباً على الأميين . وطالما أن هؤلاء الكبار لا يستطيعون الذهاب إلى فصول محو
الأمية فإن التليفزيون يستطيع أن يأتي إليهم .

٤ - تكلفة حملة محو الأمية ، تتضمن الحملة تكاليف المدرسين والفصول
وغير ذلك وهنا أيضاً يستطيع التليفزيون أن يحل هذه المشكلة لأن تكلفة العمل من
خلاله تقل عن تكلفة الفصول التقليدية .

وفي ضوء المشاكل السابق الإشارة إليها ، سالنا أفراد العينة فيما إذا كانوا
يتابعون برامج محو الأمية في الراديو أو التليفزيون .

(١) الراديو والتليفزيون في مجال محو الأمية ، ١٩٧١ ، المصدر السابق .

ويعطى الجدول رقم (٥١) نتائج عامة ، إذا بين أن ٣٩,١ ٪ من الأميين تابعوا برامج محو الأمية ، وشاهدوا مجرد مشاهدة واستماع ١٧,٤ ٪ بينما لم يتابعوها يشاهدوا ٤٣,٥ ٪

ونظراً لارتفاع سعر التلفزيون فإن نسبة من يمتلكونه محدودة تماماً (٢٤ ٪) مما يقيد ، مع أسباب أخرى ، إلى المشاهدة الجماعية ، سواء كانت عفوية كما يحدث في المقاهي والميادين العامة حيث يحتشد الناس معاً ، أو كانت منتظمة أي ترتبط ببرامج معينة موجهة لجمهور معين . هذا وتأتي حملة ضمن المشاهدة الجماعية المنظمة ، الأمر الذي يجعل تجميع الدارسين وتنظيم حضورهم مشكلة كبيرة .

كما أن تنوع رغبات المشاهدين يمثل مشكلة أخرى ، فإذا لم يتجمع المشاهدون لهدف محدد وهو مشاهدة برامج محو الأمية التي تجعل المشاهدة أشبه بفصل مدرسي ، فإن انمقاة الفصل يصبح أمراً صعباً حيث نجد أمام المنظمين رغبات مختلفة . يضاف إلى ذلك أن وجود أكثر من قناة تلفزيونية يعطي الفرصة للزراع بين المشاهدين حول أي القنوات يشاهدون . وكل هذه الأمور توضح أنه ما لم تنظم حملة محو الأمية من خلال فصول - أو مشاهدة مخططة - سلفاً مع وجود قيادة وتوجيه ، فإن نجاح الحملة يصعب ضمانه .

ومن ناحية أخرى فإن محو الأمية من خلال الراديو له مشاكل أيضاً ، قد تختلف عن مشاكل التلفزيون . وهنا نجد نوعاً من التناقض . فبالرغم من أن نسبة ملكية الراديو في قرية قها هي نسبة مرتفعة (٩٢,٦ ٪ جدول رقم ٦) كما هو الحال في قرى أخرى ، إلا أن الراديو يبيع حسوياً ولا يصرخ بصوت مما يجعله أقل فاعلية . بينما نجد أن تعليم القراءة والكتابة خبرة مرسخة قبل كل شيء . ورغم ذلك فإنه يمكن للراديو أن يكون فعالاً في التعليم الوظيفي . أي أنه يمكن القول أن نشر المعلومات الهامة عن طريق الراديو قد يطم الفلاح عندها من المسائل في مهنته عن المزروعات والمحبيب والأسمدة وما شابه ذلك . ولكن كل هذه المعرفة المفيدة لاعتبار محو الأمية . وعلى ذلك فإن دور الراديو في حملة محو الأمية قد تعتبر دوراً غير فعال .

الجدول رقم (٥١)

تتبع البرامج الإعلامية لحو الأمية

النسبة المئوية	العدد	المصدر
٪٣٩,١	٦٣	١- إتباعها قراءة وكتابة
٪١٧,٤	٢٨	٢- مجرد الاستماع والمشاهدة
٪٤٣,٥	٧٠	٣- لا أتابعها
٪١٠٠	١٦١	الإجمالي (٥)

ولقد أعدنا الجدول رقم (٥٢) بطريقة مزوجة حيث بين مدى حضور البرامج الإعلامية لحو الأمية مقارناً بالهيئة ويوضح الجدول أن ٧١,٧ ٪ من العمال الأميين (وما في حكمهم) يتبعوا هذه البرامج بينما يشاهدونها فقط ٢٨,٣ ٪ ويتتبعونها ١٨,٥ ٪ من الفلاحين الأميين ويشاهدونها ١٠,٩ ٪ ، ولم يتتبعها ولم يشاهدوها ٧٠,٦ ٪ منهم .

ويمكن أن نستنتج مما تقدم أن العمال رغبة أكثر من الفلاحين في تعليم أنفسهم . وقد يرجع السبب في ذلك إلى أن نظم العمل في المصانع المختلفة في قها تنحس أن يكون العمال على دراية بالقراءة والكتابة .

الجدول رقم (٥٢)

تتبع البرامج الاعلامية لحو الامية مقارنا بالمنهدة

إجمالي	لاتابعها قراءة وكتابة	مجرد استماع أو مشاهدة	لاتابعها	التتبع للهنئة
(٪١٠٠) ٩٢	(٪١٨, ٥) ١٧	(٪١٠, ٩) ١٠	(٪٧٠, ٦) ٦٥	فلاحون
(٪١٠٠) ٤٦	(٪٧١, ٧) ٣٣	(٪٢٨, ٣) ١٣	—	عمال
(٪١٠٠) ٢٣	(٪٥٦, ٦) ١٣	(٪٢١, ٧) ٥	(٪٢١, ٧) ٥	لحرون
(٪١٠٠) ١٦١	(٪٣٩, ١) ٦٣	(٪١٧, ٤) ٢٨	(٪٤٢, ٥) ٧٠	إجمالي

وقد لتضح من مناقشاتنا لأفراد العينة أن نسبة الذين تتبعوا البرامج الاعلامية لحو الامية أكبر من نسبة الذين حضروا فصول محو الامية . وبمثل ذلك على أهمية دور وسائل الإعلام في محو الامية . وأدت أسباب متعددة لهذه النتيجة ، واهل من أهمها كما قال أحد أفراد العينة أن التعليم من وسائل الإعلام يصطيه الإحساس بقلة لا يذهب إلى المدرسة كالأطفال ، وإنما يذهب إلى نادي ليشارك برنامجاً وأكد فرد آخر قيمة التعليم من خلال التلفزيون وقال أن السبب في ذلك يعود إلى توفير الوقت ، وعندما سألناه أن يشرح فكرته أضاف بأنه ليس مطالباً بإضاعة الوقت في الاستماع لبعض الأمثلة السالجة التي يسألها غير القادرين على التتبع .

ولكن قد تكون هناك مسألة هامة جديرة بالحسبان وهي كفاءة المدرس إذ بينما يستطع التلفزيون أن يحصل على أحسن المدرسين المؤهلين للظهور على الشاشة الصغيرة ، فإنه قد يكون من الصعب إيجاد فصول محو الامية المنتشرة في أماكن

(٥) تم حساب النسبة المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك المقارنة .

متفرقة بالمدرسين الأكفاء . بل إنه في بعض الأحيان نجد أن كثيراً من المدرسين غير مهملين قليلى التعليم ، أو شبه متعلمين يستعان بهم من قصور ، أو بيوت الثقافة، أو المراكز الاجتماعية أو مكاتب الإرشاد الزراعى .

هذا ولاختيار العلاقة بين حضور فصول محو الأمية وتتبع البرامج الإعلامية ، إستخدمنا إختبار كا^٢ ، حيث كانت كا^٢ المحسوبة تساوى ٢٣,٣٩٤ بينما كانت كا^٢ الجدولة لفرجتين حرية وعند مستوى ٠,٠٥ تساوى ٥,٩٩١ مما يدل على وجود البرامج الإعلامية . وهو يشير أيضاً إلى أن من يحضرون فصول محو الأمية يتتبعون البرامج الإعلامية لمحو الأمية .

إن يمكن القول أن وسائل الإعلام تلعب دوراً رئيسياً فى جزء من حملة محو الأمية وتلعب أيضاً دوراً مساعداً فى جزء آخر منها .

مصادر التأثير لتبوع البرامج الإعلامية لمحو الأمية

وفى دراستنا لمعرفة قوة الحافز أو درجة الحث « Motivation » لدى أفراد العنية المنتقاة فى قرية قها ظهرت بعض الحقائق المشوقة. فقد سألنا أفراد العنية الدافع الذى دفعهم ليتتبعوا أو ليشاهدوا البرامج الإعلامية لمحو الأمية .

وقد جاءت الإجابات بالجدول رقم (٥٣) الذى يوضح أن واحداً من أهم دوافع أفراد العنية فى ذلك هو « تحسين مركزى فى العمل » حيث نكر هذا السبب ٥٠,٥٪ من أفراد العنية . ثم جاء فى الترتيب الثانى ٢٣,١٪ ذكروا أنهم أخذوا بتوصية الذين يتتبعون البرامج . وعندما سألنا أحدهم ماذا كانت هذه النصيحة قال « كانت النصيحة لتحسين عملى » وقال آخر : « لتمطينى فرحاً أكبر فى الحياة » وقد قال بقال كلام مثير للاهتمام : « لتجعلنى قادراً على أن أعمل حساباتى بنفسى وهكذا لا يخذعنى أحد » ثم تلى ذلك مصدر التأثير الذى جاء فى المركز الثالث والذى ذكره ١٦,٥٪ من أفراد العنية حيث قالوا نصيحة الأصدقاء كانت السبب (المصدر) لتتبعهم أو مشاهدتهم البرامج . وقد عبر أحدهم عن هذه النصيحة بأنه باتباعها يكون قادراً على التحول من العمل كفلاح إلى العمل كعامل فى المصنع .

الجدول رقم (٥٣)

مصادر التأثير في تتبع برامج محو الأمية .

النسبة المئوية	المصدر	للمصدر
٩,٩%	٩	١- رغبة شخصية
١٦,٥%	١٥	٢- نصائح أصدقاء أو التارب
٢٣,١%	٢١	٣- تأثيرت بالذين يحضرون الدروس
٥٠,٥%	٤٦	٤- لتحسين مركزى فى العمل
١٠٠%	٩١ (٥)	الإجمالي

وكما سبق أن أوضحنا فإن نظم العمل فى بعض مصانع لها تنعش على ضرورة معرفة العمال القراءة والكتابة أو الالتحاق بفصول محو الأمية .

ويمكن لنا أن نستنتج أن إجابات أفراد العينة الموضحة بالجدول رقم (٥٣) تظهر مدى تطلعهم إلى تحسين وظائفهم أعمالهم ، ورفع مستواهم وحصولهم على مزايا متعددة نتيجة لذلك ، وأن هذه التطلعات تتأثر بطريقة مباشرة أو بطريقة غير مباشرة بمعرفتهم القراءة والكتابة .

ولاختبار العلاقة بين النواحي وتتبع البرامج الإعلامية استخدمنا ذلك اختبار كاي ٢ لإيجاد العلاقة بين هذين العنصرين ، حيث كانت كاي ٢ المحسوبة تساوى ٤١,٢١٤ بينما كانت كاي ٢ الجدولة لدرجتين حرية وعند مستوى ٠,٠٥ تساوى ٥,٩٩١

(٥٥) اقتصر هذا الجدول على أفراد العينة يقتصرين أو يشاهدون البرامج ومقدم ٩١ (انظر جدول (٥٤) .

مما يدل على وجود فرق معنوي بين من يتتبعون البرامج وبين من يقومون بمجرد مشاهدتها في نوافعهم للتتبع أو المشاهدة ، حيث أن من يتتبعون لديهم نوافع أقوى.

ويمكن القول مما تقدم أن بيانات دراستنا قد أوضحت أن الدافع الرئيسي وراء تتبع برامج محو الأمية هو حاجة الفرد إلى تحسين مكانته ، ولاتهم طريقة التعرض فيما إذا كان التعرض لفصول محو الأمية أو للبرامج الإعلامية . وقرئياً على ذلك فإنه يمكن القول أيضاً هذه البيانات تعكس ميل أفراد العينة إلى التقدم ، أي إلى التنمية .

إذن فإن هناك علاقة بين التعلم من وسائل الإعلام واحتياجات الأفراد .

وللتأكد من جدية أفراد العينة في التعلم واستمرارهم فيه ، فقد سألناهم عن مدى انتظامهم في حضور أو تتبع برامج محو الأمية .

ويوضح الجدول رقم (٥٤) أن ١٣,١٪ قد حضروا الفصول أو تتبعوا البرامج الإعلامية لمدة تزيد على السنة وأن ٢٥,٣٪ استمروا لمدة سنة . وأن ٣٠,٨٪ استمروا لمدة أقل من سنة .

إذن يمكن القول أن هذه البيانات توضح أن تتبع البرامج الإعلامية أو حضور فصول محو الأمية ليس مجرد ظاهرة عابرة ولا هي حماس في اهتماماتهم لا يلبث أن يهدأ ولكنه تصميم بهدف مؤكد يؤيده أفراد العينة . كما تبين أيضاً مدى رغبة أفراد العينة في التقدم والنمو ، كما أن لديهم نزعة إلى التجديد ، وهذه النزعة تعتبر إحدى المتغيرات المساعدة في عملية التنمية .

وقد تبين لنا من بيانات المسح أن ٢٣ فرداً من أفراد العينة (٢٥,٣٪) استطاعوا القراءة ، وأن ثمانية أفراد (٨,٨٪) استطاعوا القراءة ، الكتابة ، وأن باقي أفراد العينة ما زالوا في عملية التعلم .

ومن المقابلات والمناقشات مع أفراد العينة والأهالي في القرية أمكن معرفة بعض البيانات مثل أن من بين إجمالي أفراد العينة في هذا القسم ، سواء المشاهدين للبرامج الإعلامية لمحو الأمية أو الذين حضروا فصول الأمية ، حصل ٨٠,٨٪ منهم على علاقة في أجورهم ، بينما لم يحصل الباقون على علاقة إما لأنهم ما زالوا يدرسون وإما لأنهم من غير العمال .

وقد قال أحد أفراد العينة ، في حديث معه ، أنه سعيد لحصوله على زيادة في أجره ، أضاف أن مثل هذه الزيادة لو أصبحت قاعدة عامة ، فإنها ستصبح حافزاً طيباً لكي يلتحق مزيد من الناس ببرنامج محو الأمية . وبالطبع فإن هذا الفرد لم يعرف أنه بهذه الإجابة البسيطة قد أكد أحد الشروط الضرورية لنجاح أية حملة للتتمية ، وهو ضرورة وجود مزيد من الحوافز والمكاسب المادية ، للمشاركين فيها .

الجدول رقم (٥٤)

مدة تعلم القراءة والكتابة

النسبة المئوية	العدد	المدة
٣٠,٨٪	٢٨	* أقل من سنة دراسية
٢٥,٣٪	٢٣	* سنة دراسية واحدة
١٢,١٪	١٢	* أكثر من سنة دراسية
٣٠,٨٪	٢٨	* لا إجابة
١٠٠٪	٩١	الإجمالي

والسؤال الذي يتربد الآن هو ماذا عن الذين لم يلتحقوا في عمل أو في وظيفة بعد ، كالفلاح مثلاً ؛ ما هو نوع الحافز التي يمكن أن تدفعهم للاهتمام بفصول محو الأمية أو لتتبع البرامج الإعلامية لمحو الأمية ؟

في الحقيقة أنه ينبغي على أي مسئول رسمي من حملات التنمية أن يفكر في هذه الأمور . وفي رأينا أنه يمكن أن يلخّذ هذا الحافز صورة إمتيازات يحصل عليها الفلاح من الجمعية التعاونية الزراعية ، أو في شكل حوافز مالية ، أو هدية عينية كبقرة أو جاموسة تساعد في عمله . وباختصار فإنه يجب إعطاء الفلاح تعويضاً مادياً معيناً نظير جهوده في تعليم نفسه .

الخلاصة :

لقد أظهرت الدراسة الميدانية أن نسبة لا بأس بها من الأميين لا يتبعون برامج محو الأمية (حوالي ٤٤٪ من المبحوثين وفقاً للجدول ٥١) . وذلك يرجع بطبيعة الحال إلى عدد من المواقف التي تقف في طريق حملة محو الأمية . والحقيقة أنه ما لم تكن حملة محو الأمية منتظمة من خلال فصول متعددة سلفاً أو مشاهدة مع قيادة . ٤ . وتوجيه ، فإن نجاحها يكون غير مضمون :

١ - أظهر المسح أن وسائل الإعلام تلعب دوراً رئيسياً في جزء من حملة محو الأمية ، كما أنها أيضاً تلعب دوراً مساعداً في جزء آخر منها .

٢ - تبين أن هناك علاقة بين التعلم واحتياجات الفرد . كما أن الذين حضروا فصول محو الأمية أو تعرضوا للبرامج الإعلامية لمحو الأمية كانوا مدفوعين بحاجتهم إلى تحسين مكانتهم .

٣ - لاحظ أن الحوافز ، مادية وعينية ، ضرورية لنجاح حملة محو الأمية . وينبغي أن تتبع هذه الحوافز من حقيقة واضحة وهي أن تعلم القراءة الكتابة عمل طيب من وجهة نظر المجتمع والفرد . وأن فوائدها ستعود على المتعلم في الوظائف والمراكز التي سيحصل عليها في المجتمع أو في المزايا المالية والعينية الأخرى .

الخاتمة والتوصيات

الخاتمة

تعتبر التنمية هدفاً أساسياً هاماً وحيوياً لكل دولة ، نامية كانت أو متقدمة ، حيث تسعى بكل إمكانياتها وطاقاتها إلى رفع معدلاتها وإلى إزالة كافة العقبات التي تعترض تحقيق ذلك الهدف ، كما يعتبر تزايد السكان والامية مشكلتين هامتين من المشاكل الرئيسية التي تقابل الدول في هذا السبيل . وتتفاقم هاتان المشكلتان في الدول النامية وعلى الأخص في المناطق الريفية منها .

ومصر تعاني من مشكلتي التضخم السكاني والامية كمعظم الدول النامية، وتعتمد على أجهزتها في استخدام كافة الوسائل والأساليب للقضاء على هاتين المشكلتين ويتفق في ذلك أموالا طائلة . كما تركز اهتمامها على الريف والفلاحين والإنتاج الزراعي وكل ما يمس التجمعات السكانية المتخلفة نسبيا عن إقتصاديات مصر الحديثة بصفة خاصة والعالم المتقدم بصفة عامة.

وتعتبر الحملات الإعلامية التي تقوم بها الدولة لزيادة معدل التنمية وعلاج المشاكل التي تقابل تحقيقها هي إحدى الأساليب الهامة المستخدمة في هذا المجال .

ومن ثم فإن الاتصال يعتبر عاملا هاما في عملية دفعجلة التنمية إلى الأمام والتنمية كما يراها معظم الباحثين في علم الاتصال - هي التغير إلى الأحسن وإن تحقيق مزيداً من التنمية يتطلب ضرورة الاتصال بال جماهير العريضة . ومن هنا جات أهمية وسائل الاعلام وأهمية دراسة الدور ، سواء أكان رئيسيا أو مساعدا ، الذي يمكن أن تلعبه هذه الوسائل في عملية التنمية . وتزداد هذه الأهمية إذا أخذنا في الاعتبار دراستها على قرية مصرية تفتقر - في بعض جوانبها إلى الأساليب المصرية ويتمنى من بعض المشاكل التي تعوق حركة التنمية كالتضخم السكاني

والأمية . وعلى ذلك فإن موضوع دراسة دور وسائل الإعلام فى التنمية الاجتماعية فى قرية مصرية أضفى موضوع الساعة لأنه كما بينا يمس مشاكل حيوية تمانى منها مصر وكثير من دول العالم - من أزمته بعيدة . وقد هدفتنا من هذه الدراسة ، بجانب مآلها من أهمية ، إلى توفير بيانات حقيقة عن تأثير الإعلام على مجتمع القرية - وهى قرية قها - وبيانات أيضا حية للمشاكل الواقعية التى تعيشها يوميا وتلك التى تعوق تحقيق أهدافنا القومية كالتزايد السكانى والأمية خاصة وأن الدراسات التى أجريت فى هذا المجال دراسات قليلة ، وأن الحكومة تتفق مبالغ طائلة على التنمية الريفية . وهدفنا أيضا إيجاد الحلول المناسبة لتلك المشاكل . كما أن البيانات الفعلية المتاحة تساعد ، من ناحية أخرى ، الدارسين والباحثين فى موضوعنا على زيادة البحث والدراسة حتى تصل إلى تحقيق الرفاهية المنشودة .

وقد أخذنا قرية قها لإجراء الدراسة الميدانية ذلك أنها تتميز بسمات العصرية والسمات التقليدية فى آن واحد . فبينما تتوافر فيها الصناعات والزراعات والأنشطة التى تستخدم فيها الوسائل العصرية والتكنولوجيا المتقدمة وتتوفر فيها وسائل الإعلام الالكترونية والطبوعة ، نجد على النقيض من ذلك بضع الأنشطة صناعية وزراعية وتجارية ، وغيرها - تستخدم فيها أساليب الإنتاج البدائية . هذا التناقض فى الأساليب الإنتاجية المستخدمة فى كافة الأنشطة ، وما يترتب عليه من وجود تفاوت فى مستويات معيشة السكان فى قها ، أوجد لنا مجالا مناسباً للدراسة الميدانية قد لا تتوفر فى قرى - كثيرة - أخرى . فيمكن ، من ناحية ، مثلا التعرف على المعاداة وأساليب الإنتاج التقليدية وندرس تأثيرها على التنمية كما يمكن من ناحية أخرى أن نشبه قها بالقرية النموذجية التى تكلم عنها رايسمان فى تقديمه لكتاب ليترن the passing of traditional society والتى تصلح مجالا للدراسة الميدانية فى موضوعنا .

ويهم الإشارة كذلك إلى أننا فى دراستنا لأنوار وسائل الاعلام تعرضنا فقط لأهم تلك الوسائل التى يتعرض لها سكان قها باستمرار والتى لها تأثير عليهم وهى

الراديو والتلفزيون والصحف واستمعنا مناقشة نور الفيلم والكتاب لثقة تأثيرها على مجتمع قها نتيجة قلة التمرض لهما لأسباب متعددة منها ارتفاع التكاليف نسبيا وزيادة الأمية .

وعن جمع البيانات عن مجتمع قرية قها اخترنا عينة عشوائية من إرباب الأسر فيها بلغ إجمالى عددها ٢٤٩ رب أسرة . وقد استخدمنا عدة مصادر للحصول على البيانات التى تخدم أغراضنا: مصادر رسمية منها إحصاءات الجهاز المركزى للتعينة العامة للأحصاء وبيانات المجلس المحلى ومجلس القرية وغيرها - والملاحظة الذاتية - وصحيفة استبيان لاستطلاع رأى أفراد العينة المختارة حول عدد من القضايا المحلية والقومية الهامة وعلاقتها بمدى تعرضهم لوسائل الإعلام .

هذا وقد افترضنا عدة افتراضات عن دور وسائل الإعلام فى التنمية الاجتماعية :

١- إن مدى تعرض الفرد لوسائل الإعلام يتحدد جزئيا بطريقة الاستقبال كم يتحدد جزئيا ببعض الخصائص الخلفية للفرد

٢- قد تكون هناك علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام من ناحية ومعرفة المسائل المحلية والقومية من ناحية أخرى .

• قد يتصل التعرض لوسائل الإعلام بمعرفة مشكلات محددة عن التنمية كالانحار وإعادة فتح قناة السويس.

• قد يتصل التعرض لوسائل الإعلام بطموح الفرد تجاه نفسه ولولاده.

٣- فى عملية اتخاذ القرارات بشأن الأفكار المستحدثة تكون قنوات وسائل الإعلام أهم نسبيا فى وظيفة المعرفة ، بينما تكون قنوات الاتصال المباشر أهم نسبيا فى وظيفة الإقناع.

٤- تستطيع وسائل الإعلام أن تلعب دورا مساعدا أو رئيسيا فى حملة محو الأمية ويتوقف ذلك على متطلبات الفرد .

وقد تبين عن خصائص أفراد العينة أن الرجال يمثلون ٨١٪ منها وأن النساء يمثلن ١٩٪. وقد اعتبرنا النساء ربات أسر في أحوال معينة كأن يكون الزوج خارج القرية ، أو متوفى أو تكون السيدة مطلقة ، وقد تراوحت أعمار أفراد العينة بين ٢١ سنة وأكثر من ٦٠ سنة . وبلغت نسبة الفلاحين في العينة ٤٠٪ والعمال ٢٥٪ والمهن الأخرى ٢٥٪ وهذه العينة تعتبر نموذجاً ، إلى حد كبير ، للمهن والعمال والفلاحين ، في قها ذلك أن معظم سكانها من الفلاحين . وقد بلغت نسبة الأمية في العينة حوالي ٦١٪ وتراوحت دخول أفرادها بين أقل من ٢٠ جنيه شهرياً وأكثر من ٤٠ جنيه .

وقد أثبتت لنا البيانات الميدانية على عينة البحث أن مدى تعرض الفرد لوسائل الإعلام يتحدد جزئياً بالخصائص الخلفية له . ذلك أننا وجدنا أن مالكي أجهزة الراديو والتلفزيون أكثر استعمالاً لهما ، من غير المالكين ، وأن العمال أكثر استعمالاً ، لهما من الفلاحين أو نوى المهن الأخرى ، وأن الأثاث أكثر في ذلك من الذكور . كذلك وجدنا أن فترة (كمية) الاستماع إلى الراديو تقل كلما زاد الدخل والتعليم والسكن في حين تزيد فترة مشاهدة التلفزيون كلما زاد الدخل والتعليم وتقل كلما زاد السن . وقد يستنتج من ذلك أن السن عاملاً هاماً يؤثر على التعرض لوسائل الإعلام وأنه كلما زادت المسؤوليات ، وزاد الدخل والتعليم ، أثر ذلك على مدى التعرض للراديو (بالانشغال) ولم يؤثر على مدى التعرض للتلفزيون .

وتبين لنا أيضاً أن جمهور الوسائل الإلكترونية أكبر من جمهور الوسائل المطبوعة ويرجع ذلك أساساً إلى ارتفاع نسبة الأمية . وقد تبين أن مالكي (مشترى) الصحف أكثر قراءة من غير المالكين وأن فترة (كمية) القراءة تزيد بزيادة السن والتعليم والدخل وأن العمال أكثر قراءة من الفلاحين والذكور أكثر من الإناث . ويمكن أن نعتبر هذا الجزء العمود الفقري للدراسة .

وعلى هذا يمكن القول أن وسائل الإعلام تلعب دوراً هاماً في عملية التنمية في قها . كما أن مخرجات وسائل الإعلام سواء أكانت في شكل رسائل موجهة إلى الأمة كالتقضايا الاجتماعية أو شكل خدمات كالبرامج الفنية والزراعية ... تصل إلى

التقوى العادى فى قها مباشرة من خلال وسائل الإعلام الثالث . وقد أثبت القرويون فى قها أنهم لا يختلفون - كثيراً - عن أبناء المدن المصرية فى اختيار البرامج الإعلامية التى تتناسب ورغباتهم ، كما وأنهم أظهروا اهتماما بموضوعات متنوعة مما يمكن أن يستدل منه أيضا أن اتجاهاتهم نحو وسائل الإعلام لا تختلف كثيراً من اتجاهات الفئات الاجتماعية الأخرى .

وبصفة عامة يمكن القول أن هناك ثلاث وظائف أساسية لوسائل الإعلام فى التنمية الاجتماعية هى : الإعلام - اتخاذ القرارات - التعليم . وقد قمنا باختيار دور وسائل الإعلام فى كل وظيفة من هذه الوظائف .

ومن الوظيفة الأولى وهى الإعلام تبين لنا أن وسائل الإعلام تستطيع تناولها مباشرة بشكل جيد . والحقيقة أنه بدون وسائل الإعلام فإنه قد يستحيل تلبية هذه الوظيفة . وتعتبر وسائل الإعلام قنوات ذات فاعلية فى نشر المعلومات الاجتماعية أكثر من الاتصال المباشر ذلك أن وسائل وسائل الإعلام وصلت إلى غالبية جماهير قها مباشرة بفاعلية .

ولقد أدى التعرض لوسائل الإعلام إلى رفع مستوى الإدراك والاجتماعى والسياسى لدى القرويين فى قها . ذلك أن القضايا الاجتماعية والسياسية التى تعرضها وسائل الإعلام يشاهدها القرويون ويسمعونها فى مجموعات ثم يناقشونها بعد ذلك . ولقد وضح من الدراسة وجود علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والإدراك الاجتماعى .

وقد تؤدي معرفة القضايا الاجتماعية دورا هاما فى سبيل الانتماج الاجتماعى والسياسى للقرية فى النظام القومى . وقد تبين لنا من الدراسة أن التعرض لوسائل الإعلام يوسع آفاق القروى من المسائل المحلية إلى المسائل القومية وأن التعرض لوسائل الإعلام يركز إنتباه الفرد على قضايا محددة للتنمية مثل إعادة فتح قناة السويس وجهادات الاستثمار .

كما تبين أنه كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام كلما أدى ذلك إلى الإسراع بعملية التنمية . ويمكن بهذا التعرض أن تخيل أنفسنا في المكان الذي نسمع عنه أو نشاهده أي أننا ننتقل إلى هذا المكان نظريا وبتعرف على نظم وثقافات أخرى . ومن ثم فإن القروى يستطيع أن يرى ويسمع ويقارن وبالتالي يزداد طموحه وقد أثبتت الدراسة وجود علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وزيادة طموح الفرد تجاه نفسه وأولاده ، وكان لدى الفلاحين ألوانا من الطموح تجاه أنفسهم وتطلعات تعليمية ومهنية تجاه أولادهم .

وقد كان هناك إجماع عام بين أفراد عينة البحث على أن وسائل الإعلام مفيدة ونافعة وأن الناس يتعلمون منها . كما أنهم أظهروا نوعا من الثقة فيها باعتبارها وسائل تنقل المعلومات عن التنمية وهو ما يساعد على عملية التغيير الموجه في خطة التنمية التي تقوم بها الحكومة وأجهزتها .

ومن الوظيفة الثانية ، اتخاذ القرارات ، وجبنا أن أقصى ما يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام هو القيام بأنوار مساعدة . ذلك أن هذه الوظيفة تتطلب تغيير الاتجاهات الراسخة والمعتقدات والعادات الاجتماعية وهو ما يمكن أن يقوم به الاتصال المباشر .

وقد حاولنا في دراستنا تقييم دور وسائل الإعلام في عملية اتخاذ القرارات بشأن تبني الأفكار المستحدثة ، واختبرنا تحليلنا حملة تنظيم الأسرة على اعتبار أن الانفجار السكاني واحد من المشكلات الرئيسية التي تواجه التنمية في مصر . وقد افترض البعض خطأ أن خلق الإدراك في تنظيم الأسرة يؤدي تلقائيا إلى الاقتناع ثم التبني . غير أنه تبين لنا أن حوالي ٢٠ ٪ من أفراد العينة (يدرا تنظيم الأسرة ولكنهم لم يتبنوه وأن حوالي ٦٦ ٪ ممن تبينوا تنظيم الأسرة (٤٦ ٪ من العينة) لم يؤكدوا قرارهم . ومن ثم فإن متابعة الذين تبينوا تنظيم الأسرة ضروري لتجنب عدم الاستمرار .

ويستنتج من بيانات البحث عن قنا أن قنوات وسائل الإعلام أهم نسبيا من قنوات الاتصال المباشر في وظيفة المعرفة وأن الأخيرة أهم في وظيفة الاقتناع .

وقد تبين لنا أن وسائل الإعلام عندما تستكمل بالاتصال المباشر تلعب دورا هاما في تبني الأفكار المستحدثة . كما أثبتت وسائل الإعلام فاعليتها في تغذية المناقشات بالمعلومات عن طريق خلق الإدراك وتوضيح القضايا ، بينما كان للاتصال المباشر تأثيرا قويا على أفراد عينة قنا في إقناعهم بالأفكار المستحدثة خاصة إذا جاء هذا الاتصال من الأنداد المتجانسين كالأصدقاء والأقارب .

كما وجدنا أيضا أن هناك علاقة بين الفكرة المستحدثة والتعرض لوسائل الإعلام ومعرفة القراءة والكتابة والمهنة .

وأخيرا حللنا الوظيفة الثالثة وهي التعليم والتي يمكن أن تلعب وسائل الإعلام فيها أدوارا رئيسية أو مساعدة . وقد اخترنا حملة محو الأمية لاختبار دور وسائل الإعلام ذلك أن الأمية تعتبر مشكلة أساسية في التنمية . وقد وجدنا أن وسائل الإعلام تلعب دورا هاما في كل مراحل حملة محو الأمية ، في الدعاية للفكرة وفي تعليم القراءة والكتابة ، وفي تنظيم الثقافة العامة ، وفي متابعة الحملة وقد تبين لنا أن وسائل الإعلام تستطيع أن تلعب دورا أساسيا أو مساعدا في حملة محو الأمية ويتوقف ذلك على متطلبات الفرد كم تبين لنا أيضا أنه ليس كل الأميين يتتبعون برامج محو الأمية بل إن حوالي ٤٪ منهم لا يتتبعون الحملة ومن ثم فإن هناك معوقات تقف في طريقها ، وفي رأينا أنه ما لم تكن هذه الحملة منتظمة من خلال فصول معدة سلفا أو برامج مشاهدة مع قيادة وتوجيه فإن نجاح الحملة لا يكون مضمونا .

وقد تبين لنا أن العمال يتتبعون برامج محو الأمية بدرجة أكبر من تتبع الفلاحون لها . وقد تكون القوانين التي تلزم العمال بتعلم القراءة والكتابة هي أحد الأسباب الرئيسية في ذلك ، حيث تبين لنا أن الدافع الرئيسي لتتبع برامج محو الأمية هو تحسين مكانة الفرد .

التوصيات :

يمكن القول أن وسائل الإعلام هي أدوات تساعد على التنمية ذلك أنها تؤدي إلى خلق الإدراك والمعرفة وإلى تركيز الانتباه على قضايا قومية محددة وأنها تساعد على الاقتناع بالتغيير وتبني الأفكار المستحدثة . وأن الاتصال المباشر له تأثير فعال في إحداث هذه التغييرات .

وعلى هذا فإنه لا بد أن تستخدم قنوات الإعلام وقنوات الاتصال المباشر في إحداث التغييرات اللازمة ، ولا ننظر إلى تكلفة هذا الاستخدام طالما أن العائد والفائدة منه على المدى الطويل ستكون أكبر . ونعرض اقتراحاتنا لعلاج أهم المشاكل التي قابلتنا في دراستنا على قها فيما يلي :

١- يجب العمل على القضاء على الأمية باعتبارها مشكلة هامة من المشاكل التي تواجه التنمية في مصر . ويمكن أن يتأتى ذلك بأن يتم نشر التعليم ليشمل الأميين الكبار والصغار كما يلي :

* زيادة فرص التعليم الإلزامي والمهني بحيث تكون هناك مساواة بين الجميع في فرص التعليم الإلزامي والمهني المتاحة .

~ ومن ناحية أخرى فإنه لا بد من الإقبال على تعليم الكبار والصغار وربط حضور فصول الأمية بمكافآت مادية ومزايا عينية .

* يجب امتداد قاعدة التعليم لتشمل الفلاحين بما لا يتعارض وأوقات اشتغالهم بالزراعة .

* يجب نشر الوعي بين الفلاحين حول مزايا تعليم الكبار والصغار.

هذا وقد أوضحنا أن وسائل الإعلام تستطيع القيام بأدوار رئيسية في التعليم من طريق المشاهدة أو الاستماع للبرامج التعليمية للوسائل الإلكترونية وتستطيع توفير المعلومات اللازمة لمساعدة الفصول الدراسية في محو الأمية .

٢- يجب العمل على وقف التزايد السكاني بأن يتم اتخاذ عدد من الوسائل نذكر منها يلي :

• يجب نشر الوعي بأهمية نشاط تنظيم الأسرة للفرد والدولة .

• أن يتم تشجيع الفئتين تبنيوا تنظيم الأسرة .

• ألا تمنح الدولة مزايا التعليم المجاني والخصم الضريبي والمواد التموينية وغير ذلك إلا حتى الولد الثالث مثلا .

وحي رأينا - وكما تبين من بيانات دراستنا الميدانية - أن وسائل الإعلام تلعب دورا مباشرا في نشر الوعي حول تنظيم الأسرة وفوائده للفرد والدولة ، وأنها تلعب دورا مساعد في تغيير الاتجاهات لتبني هذه الفكرة ، وبالتالي فإنه يجب استثمار هذه الوسائل الإعلامية لأداء أنوارها المنتظرة .

٣- إعادة توزيع خريطة مصر وهو ما نادى به الرئيس الراحل السادات وينادي به الرئيس مبارك ومن ثم فإنه لا بد من زيادة المساحات الخضراء على أرض مصر وعدم الاعتماد فقط على النيل ووادي النيل . كما أنه لا بد من الاستفادة من أراضي سيناء التي استردتها مصر تنفيذا لمعاهدة السلام التاريخية . ويمكن في هذا أن تتبع الدولة سياسية تمليك المواطنين أراضى - بدون مقابل- يزرعونها على نفقتهم على أن توفر لهم المياه والقرية الصالحة . وهو والحمد لله ما أمر به الرئيس مبارك مؤخراً .

وتستطيع وسائل الإعلام تركيز الانتباه على هذه القضية الهامة بنشر المعلومات المفيدة وإجراء الحوار حولها ويمكن أن يتم تبني هذا الموضوع إذا ما اشترك الاتصال المباشر في ذلك - كالتقارير والمحاضرات والمناقشات - حيث يتم اقناع المواطنين بأهميته .

٤- وقف هجرة الفلاحين من الريف إلى المدن ، ويمكن لوسائل الإعلام أن تقوم بحملة إعلامية واسعة توضح أهمية وقف تلك الهجرة ومسئولتها على الزراعة

وعلى الضمائم التي تؤديها الدولة على سكان المدن . كما يمكن أن تقوم الدولة بوضع نظاما سليما للأراضى يساعد الفلاحين فى الحصول على السماد والمواد الزراعية والكىماوية اللازمة وبأسعار زهيدة . وتستطيع وسائل الإعلام أن توضح الرؤية حول هذا الموضوع . خاصة وأنه اتجاه عالمى وفقا لما جاء فى برنامج المؤتمر الدولى السكان والتنمية المنعقد بالقاهرة فى سبتمبر ١٩٩٤ كما أشرنا .

ويمكن عن طريق وسائل الإعلام بالاشتراك مع الاتصال المباشر تعليم الفلاحين الأساليب الفنية الحديثة فى الزراعة بما يشجعهم على زيادة الانتاج وبما يؤدي إلى ربحيتهم ومن ثم تشجيعهم على البقاء فى الريف .

٥- زيادة هجرة الفنين لتعمير الصحارى . فالأرضى الصحراوية فى حاجة إلى الخبرة الطمية فى الزراعة والرعى والمصايد واستخدا الم المواد الكىماوية بما يؤدي إلى زيادة الانتاج الزراعى وتحسين جويته . والحقيقة أن هذه الهجرة لهذا الاستصلاح أمر ضرورى ويجب على الجامعى أو الشباب وهو على أول الطريق القيام به باعتباره مواطنا يهيمه مصلحة الوطن والمصلحة العامة للمواطنين وهو ما فوق كل اعتبار .

وتستطيع وسائل الإعلام نشر الفكرة المستحثة عن تعمير الصحراء كما يمكن اتصال المباشر - فى حلقات المناقشة بالنوادى مثلا - تغير الاتجاهات التي قد تقف فى سبيل تنفيذ تلك الفكرة .

وتستطيع الحكومة أن تعاون على ذلك أيضا برفع مرتبات أو مكافآت الفنين وتوافير كافة سبل الراحة لهم مع ضرورة زيادة التعميمات وزيادة معدل الورديات بما يؤدي إلى زيادة فترات الأجازات .

٦- رفع مستوى المعيشة فى القرية حتى يمكن أن تبدو كنموذج مصغر للمدينة . حيث لا بد من إمداد ما لم يتم إمداده منها بالشبكات الكهربائية ورصف أهم طرقها الداخلية مع استخدام أحدث الأساليب والآلات الزراعية (والصناعية) والتدريب عليها .

ويمكن لوسائل الإعلام أن تزيد من طموح الفلاح وأن تنشر الوعي حول الأساليب الزراعية الحديثة كما يمكنها إذا استخدمت مع الاتصال المباشر إقناع الفلاحين بتبني هذه الأفكار المستحدثة .

٧- تعميم أساليب الاتصال الإعلامي بتقوية أجهزة إرسال الموجات الصوتية والمرئية أو بتقوية نوعية المواد الإعلامية المستخدمة . مع استخدام نوادي الاستماع وزيادتها في مختلف القرى . وإيجاد العدد المناسب من قادة الرأي المثقفين لطبيعة عملهم . كل هذا بعد إجراء الدراسات المستفيضة في هذا الخصوص .

٨- أن هناك ميل عام في البحوث التي تجرى حول الفلاح المصري لتطبيق التصميمات وتجاهل المميزات الشخصية للمصريين بصفة عامة . وقد جاء ذلك نتيجة عدد من الأسباب أهمها تيار التأثيرات والحضارات الفرعونية واليونانية والرومانية والفارسية والعربية والتركية والأوربية التي تعرضت لها مصر خلال تاريخها الطويل . وكل ثقافة من هذه الثقافات تركت خلفها آثار في الشخصية المصرية . تلك الشخصية ينبغي أن تدرس كخطوة أولى في بحوث التنمية .

٩- كما نحتاج أيضا إلى المزيد من البحوث التي تختبر سريان معلومات التنمية في المناطق الريفية . هذا ومن الصعب حدوث التغيير إلا إذا عرف هؤلاء المتوقع تغيير اتجاهاتهم أسباب التغيير وطرقه وعائده فيقبلونه كذلك فإنه من الصعب تعلم المهارات الجديدة إلا إذا تم تدريب المطلوب تعليمهم عليها وعلى أساس سليم وإلا إذا تم حث الأفراد على السعي نحو التعليم . كذلك فإنه من الصعب اتخاذ القرارات المطلوبة بتغيير في العادات والاتجاهات ، إلا إذا أعطيت للناس فرصة لمناقشتها .

يضاف إلى هذا بلأنا نجد أنه من الصعب حدوث المشاركة القومية الحقيقية في التنمية الاجتماعية إلا إذا كان هنا سريان للاتصال صعودا وهبوطا بين القادة

القوميين وبين القادة الريفيين . ومن ثم فإن أول خطوة في وضع الاتصال الحديث في خدمة التنمية القومية هي البحث الكامل والعميق عن سريان الاتصال في القرى الريفية . وضرورة معرفة أي معلومات للتنمية الاجتماعية قد تم إرسالها ؟ وكما منها تم استقباله ؟ ولأن تحصل هذه المعلومات بكمية غير كافية ؟ وأين تكون الحاجة إلى المعرفة غير مشبعة ؟ وفي أي الموضوعات ؟

ولقد وجدت في دول كثيرة في مثل هذه الدراسات بالذات خبرة مدهشة جدا فتبين أن كثير من المعلومات التي يرسلها المصدر لم تكن تصل إلى الجماهير ، وأن الجزء الذي استطاع توصيله لم يكن مفهوما أو أن الجماهير قد رفضته . كما وجد أن المجموعات التي افترضوا أنها أحيطت علما بموضوع معين كانت تجهله .

إن معرفة هذه الأشياء هي أساس تحسين الاتصال .

١٠- يجب أن يتم التنسيق بين كافة أجهزة الدولة المعنية بالإعلام والتنمية حيث يتم ، مثلا ، نشر المواد الإعلامية لتحقيق أهداف واحدة تسعى إليها كافة تلك الأجهزة ، وأن تقوم الجهات المعنية بالتنمية والمجتمع الريفي بدراسة الأبحاث الميدانية التي أجريت في هذا الصدد والتعاون في إيجاد الوسائل اللازمة لعلاج المشاكل التي تتضح منها ، وتنفيذ توصياتها طالما كانت مقبولة.

١١- لا بد من متابعة البحوث الميدانية . ذلك أن البحوث تضع إقتراحاتها وتقوم بإثباتها وتستخلص نتائج معينة ولكن قلما يتم اختبار هذه النتائج . والعمل بها بشكل فعال .

١٢- كذلك فإنه ينبغي دراسة أثر تحول القرية إلى مدينة كما حدث بالنسبة لقلها ، ذلك أن تحويلها إلى مدينة قد ترتب عليه ، بصفة عامة ، زيادة الخدمات التي تتم فيها وزيادة فئة العمال وبالتالي فإن النوعية السكنية بدأت تتغير فالعمال بدأوا يتزايدون وطالما أن قوانين العمل تنص على ضرورة محو

العمال لأميتهم فإن نسبة الأمية قد تكون فى طريقها إلى الانخفاض بدرجة أكبر مما مضى ، مما سيؤدى إلى التغير فى نوعية الاستماع إلى الراديو ونوعية وإوقات مشاهدة التليفزيون واختلاف فى الآراء وفى الاتجاهات وبالتالى فى أنواع البرامج إلخ ...

كذلك توجد تجارب إعلامية تستحق تخصيص بعض البحوث والدراسات لمتابعتها مثل تجارب نوادى الاستماع ونوادى المشاهدة التى تقوم فكرتها الأساسية على الربط بين دور وسائل الإعلام ودور الاتصال المباشر فى القيام بوظائفها فى عملية التنمية بصورة أكثر فاعلية وخاصة فيما يتعلق بالإفكار المستحدثة . وجدير بالذكر أن هيئة الاستعلامات قد قامت ، من سنوات ، بتجارب فى ذلك الخصوص فى الريف المصرى مثل تجربة الفيديو فى تلو نوادى الاستماع والمشاهدة فى المراكز الإعلامية .

وفى ضوء هذا كله يتضح أن دراستنا ما هى إلا بداية للدراسات وأبحاث أخرى أوصى ببيتها لما لتجربة قها من مدلول خاص . ذلك أنه بعد أن أظنت قها مبدئية فإن ظروفها الاجتماعية ، غالباً ، ستختلف وسوف تتغير فيها العلاقات الإنسانية وعلاقات العمل ، كما أوضحنا حالا ، بل وستتوزل المدة الطويلة لإعادة تغيير الاتجاهات . كل هذا بالإضافة إلى أن ازدياد حجم وفاعلية وسائل الإعلام وأجهزته سيؤدى إلى الإسراع برفع معدلات التنمية ومن ثم قد تصبح قها تجربة رائدة فى هذا المجال الحيوى الهام .

تر ب محمد إله تعالى وتوفيقه

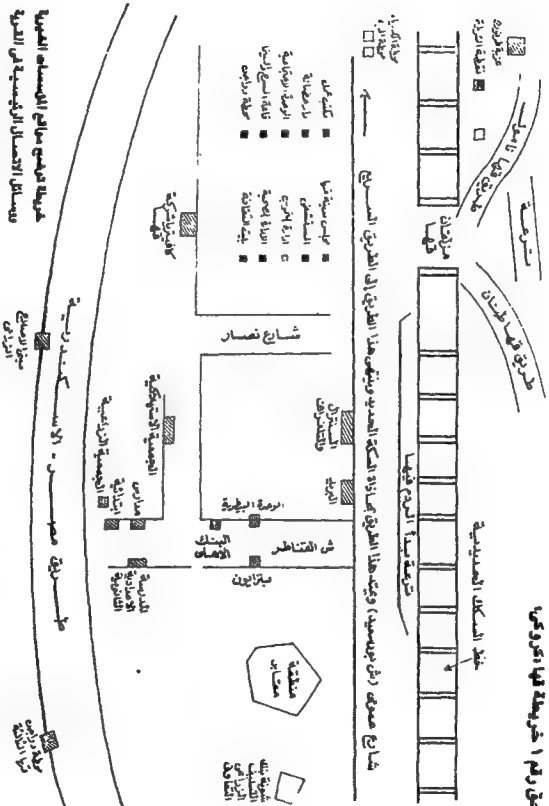
الملاحق

تضم القائمة ملحقين علي النحو التالي :

ملحق رقم (١) : خريطة قها .

ملحق رقم (٢) : القرار الجمهوري بإعلان قها (مدينة) .

ملحق رقم ١ خريطة لها: كروكي،



ملحق رقم (٢)

قرار رئيس جمهورية مصر العربية

رقم ٢٩٥ لسنة ١٩٧٥

رئيس الجمهورية

بعد الاطلاع على الدستور

وعلى قانون نظام الإدارة المحلية الصادر بالقانون رقم ١٢٤ لسنة ١٩٦٠
والقوانين المعدلة له .

وعلى القانون رقم ٥٧ لسنة ١٩٧١ فى شأن نظام الحكم المحلى

وعلى قرار رئيس الجمهورية رقم ١٧٥٥ لسنة ١٩٦١ بتقسيم الجمهورية الى
محافظات و مدن وقرى وتحديد نطاق المحافظات والقرارات المعدلة له .

قرر

المادة الأولى

تحول القرى المبينة فيما بعد إلى مدن وهى :

قرية سرس الليان	إلى مدينة باسم سرس الليان	محافظه المتوفيه
قرية أوسيم	إلى مدينة باسم مدينة أوسيم	محافظه الجيزه
قرية الرحمانية	إلى مدينة باسم مدينة الرحمانية	محافظه البحيرة
قرية فرشوط	إلى مدينة باسم مدينة فرشوط	محافظه قنا
قرية الإبراهيمية	إلى مدينة باسم مدينة الإبراهيمية	محافظه الشرقية
قرية الزرقا	إلى مدينة باسم مدينة الزرقا	محافظه دمياط
قرية قها	إلى مدينة باسم مدينة قها	محافظه القليوبية
قرية ساحل سليم	إلى مدينة باسم مدينة سليم	محافظه أسيوط

المادة الثانية

ينشر هذا القرار فى الجريدة الرسمية

صدر بمراسلة الجمهورية فى ١٨ ربيع الأول سنة ١٣٩٥ هـ (٣١ مارس ١٩٧٥)

أنور السادات

المراجع

تنقسم قائمة المراجع إلى أربعة أقسام حيث يضم القسم الأول منها الكتب والمقالات باللغة العربية ، ويضم الثاني الكتب والمقالات باللغات الأجنبية ، ويضم الثالث الأبحاث غير المنشورة . ويضم الجزء الرابع مراجع إضافية (الطبعة الثالثة)

١- المراجع العربية :

- * الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء ، النتائج النهائية لتعداد السكان بالمدينة عام ١٩٦٦ ، المجلد الثالث ، مرجع رقم ١ - ٦١١ ، الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية ، يوليو ١٩٦٧ .
- * إتحاد إذاعات الدول العربية ، دراسات وبحوث إذاعية - الرابع والتلفزيون فى مجال محو الأمية ، رقم ٩ ، القاهرة ١٩٧١ .
- * زاهية مرزوق ، التوعية المباشرة فى تنظيم الأسرة والدروس المستفادة من تجارب الإسكندرية فى توجيه العمال والقيادات الطبيعية ، التوعية والإعلام فى مجال تنظيم الأسرة ، مؤسسة دار التعاون للطبع والنشر ، ١٩٧١ .
- * زكريا أحمد البرادى ، مجال الدعوة فى تفعيل مدركات أهل الريف المصرى . وتحريك دوافعهم نحو تنظيم الأسرة ، التوعية والإعلام فى مجال تنظيم الأسرة ، مؤسسة دار التعاون للطبع والنشر ، ١٩٧١ .
- * لويس كامل مليكة ، الجماعات والقيادات فى قرية عربية ، سرس الليان ، المنوفية ، مصر ، ١٩٦٣ .
- * محمود عوده ، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعى - دراسة ميدانية فى قرية مصرية ، دار المعارف بمصر ، ١٩٧١ ..
- * مكتب تنظيم الأسرة بمحافظة المنوفية ، مجموعة تقارير تحت عنوان تنظيم الأسرة فى المنوفية ، مصر ، ١٩٧٢ .
- * يوسف السباعى ، محضر المشكلة والحل دار المعارف القاهرة ، ١٩٧٨ .

ب - المراجع الاجنبية :

- Abu Lughod, Ibrahim. « The Mass Media and Egyptian Village Life » **Social Forces** : 142 (October 1963).
- Adams, S.L. « Reduction of Cognitive Dissonance by Seeking Consonant Information ». **Journal of Abnormal and Social Psychology**, Vol. 62, 1961.
- Allport, Gordon and Leo Postman, **The Psychology of Rumor**, New York, Holt, 1947.
- Ammar, Hamed. **Growing Up in an Egyptian Village**. London Routledge and Kegan Paul Ltd. 1954.
- Ammar, Hamed. **Training Workers for Tribal Community**, UNESCO, ASFEC, Occasional Paper II, Sirs el Layan, ARE. 1964.
- Antoun, Richard and Illiya Harik, **Rural Politics and Social Change in the Middle East**, Bloomington Ind., Indiana University Press, 1972.
- Azzam, M.A., **Rural Industries and Community Development in the Middle East**. UNESCO, ASFEC, Occasional Paper V, Sirs el Layan, 1967.
- Backstrom, Charles and Gerald Hursh. **Survey Research**. New York, Northwestern University Press, 1971.
- Baily, Frederick, « The Peasant View of the Bad Life. » **Journal of the British Association for the Advancement of Science**, 23, 1966.
- Banfield, Edward C. **The Moral Bases of a Backward Society**. New York, Free Press, 1958
- Beal, George and Everett Rogers. « Informational Sources in the Adoption Process of New Fabrics ». **Journal of Home Economy**, 49, 1957.
- Behrman, S.J., L. Corsa Jr. and R. Freedman. **Fertility and Family Planning : A World View**. Ann Arbor, Mich. : The University of Michigan Press. 1969.

- Belshaw, Cyril S. **Traditional Exchange and Modern Markets** Englewood, Cliffs, N.J., Prentice Hall, 1965.
- Bendix, Reinhard. « Industrial, Ideologies and Social Structure ». **American Sociological Review** XXIV, No. 5, 1959
- Berelson, Bernard « What Missing the Newspaper Means ». In Wilbur Schramm. **The Process and Effects of Mass. Communication**. Urbana, University of Illinois Press, 1961.
- Berelson, Bernard, Paul Lazarsfeld and William Mc. Phee. **Voting**. Chicago : University of Chicago Press, 1954.
- Berelson, Bernard and Ronald Freedman. « A Study in Birth Control. **Scientific American**, 210, 1964.
- Berkowitz, Leonard (ed.) **Advances in Experimental Social Psychology**, Vol. 1. New York, Academic Press 1964.
- Berlo, David. **The Process of Communication**, New York, Holt. Reinhart and Winston, 1960.
- Black, Cyril. **The Dynamics of Modernization : A Study in Comparative History**. New York : Harper and Row 1966.
- Binder, Leonard. « Political Recruitment and Participation in Egypt » in Joseph La Palombara and Myron Weiner. **Political Parties and Political Development**. Princeton : Princeton University Press 1966.
- Bogue, Donald (ed). **Mass Communication and Motivation for Birth Control**. Chicago : Community and Family Study Center, University of Chicago, 1967.
- Boulding, Kennett. **The Image**. Ann Arbor, Michigan University of Michigan Press, 1956.
- Brehm, Jack. **Exploration in Cognitive Dissonance**. New York : John Wiley and Sons Inc., 1962.
- Brinton, Crane. **The Anatomy of Revolution**, New Jersey : Prentice Hall Inc. 1952.
- Brodbeck, May. « The Role of Small Groups in Mediating the Effects of Propaganda ». **Journal of Abnormal and Social Psychology** Vol. 52, 1956.
- Bryson, L. (ed). **The Communication of Ideas**. New York : Harper and Brothers, 1948.

- Gaplow, Theodore and Kurt Finsterbusch. **Development Rank : A New Method of Rating National Development.** Colombia University, Bureau of Applied Social Research, 1964.
- Gartrairs, G. Morris. **The Twice Born : A Study of a Community of High Caste Hindus,** Bloomington, Ind., University of Indiana Press, 1958.
- Gassirer, Henry. **Television Teaching Today,** Paris, UNESCO, 1960.
- Ghilds, Harwood. **Public Opinion.** Princeton, New York, Van Nostrand, 1965.
- Coleman, James et al. **Equality of Educational Opportunity,** National Center for Educational Statistics, 1966.
- Coleman, James; Elihu Katz and Herbert Menzel. « The Diffusion of Innovation among Physicians ». **Sociometry**, Vol. 2, No. 53, 1957.
- Comte, Auguste, **System of Positive Polity,** London : Longmans-Green and Co., 1877, Vol. IV.
- Cooley, Charles. **Social Organization** New York : Charles Scribner's Sons, 1909.
- Cox, Donald. « Clues for Advertising Strategists » in Lewis Dexter and David White (ed)., **People, Society and Mass Communication.** London : The Free Press of Glencoe, 1964.
- Cutright, Philips. « National Political Development : Measurement and Analysis ». **American Sociological Review**, No. 28, 1963.
- Dahrendorf, Ralf. **Market and Plan : Essays in the Theory of Society.** California Stanford, Stanford University Press, 1969.
- Davis, James. « Toward a Theory of Revolution » **American Sociological Review**, 27, No. 1 (Feb. 1962).
- Davis, Kingsley. **The Population of India and Pakistan,** Princeton N.J., Princeton University Press, 1951.
- Day, L.H. and T. Day. **Too Many Children.** Boston, Mass. Houghton. Mifflin, Riverside Press, 1964.
- De Fleur, Melvin. **Theories of Mass Communication,** New York. David Mckay Company, 1975.
- Deutsch, Karl W. « Social Mobilization and Political Development » **American Political Science Review** 55, 1961.

- Deutschmann, Paul and others. **Communication and Social Change in Latin America.** New York, Frederick Praeger Publisher, 1968.
- Deutschmann, Paul and Orlando Fals Borda, **La Comunicacion de Las Ideas Entre Los Campesinos Colombianos.** Bogota, University of Colombia, Sociological Monograph, 14, 1962.
- Diaz-Bordenave, Juan. **New Approaches to Communication Training for Developing Countries.** Baton Rouge, Louisiana, 1972.
- Doob, Leonard. **Communication in Africa : A Search for Boundaries.** New Haven : Yale University Press, 1961.
- Dube, S.C. « A Note on Communication in Political Development » in Daniel Lerner and Wilbur Schramm, **Communication and Change in Developing Countries.** Honolulu. The University of Hawai, 1972.
- Dube, S.C. « Communication, Innovation and Planned Change in India » in Daniel Lerner and Wilbur Schramm. **Communication and Change in Developing Countries.** Honolulu, The University of Hawai, 1972.
- Dubey, Dinesh and A.K. Devgan « Family Planning Communication Studies in India. » **Central Family Planning Institute. Monograph Series, New Delhi, No. 8, 1969.**
- Duncan, Otis, « Farm Background and Differential Fertility » **Demography** Vol. 2, 1965.
- Dynes, Russel R. **Some Observation on Change.** UNESCO, ASFEC, Sirs el Layan, A.R.E. 1966.
- Eisenstadt, S.N., **Breakdown of Modernization in Economic Development and Cultural Change,** Vol. XII, No. 4 (July 1964).
- El Khatib, Fathalla and Gordon Hirabayashi « Communication and Political Awareness in the Villages of Egypt ». **Public Opinion Quarterly.** Vol. 22, No. 3, 1958.
- Elwy, Elwya. **The Responsibility of the Informal Educator.** UNESCO, ASFEC, Occasional Paper VIII, Sirs el Layan, 1968.
- El Zayat, Abdel Fattah. **Community Development Institution in Rural Areas in Egypt.** UNESCO, ASFEC, Occasional Papers XII Sirs el Layan, A.R.E. 1968.

- Emery, Edwin, Philip Ault and Warren Agee. **Introduction to Mass Communication**, New York, Dodd Mead and Company, 1970.
- Erllich, Danuta, and Judson Mills. « Post Decision Exposures to Relevant Information » **Journal of Abnormal and Social Psychology**, Vol. 5, 1957.
- Etzioni, Amitai. « Towards a Theory of Societal Guidance. » **The American Journal of Sociology**, Vol. 73, No. 2 (Sept. 1967).
- Etzioni, Amitai, and Eva Etzioni. **Social Change**, New York, Basic Books Inc. (2nd ed.), 1973.
- Fals Borda, Orlando. **Peasant Society in the Colombian Andes : A Sociological Study of Sancis Gainesville, Fla**, University of Florida Press, 1955.
- Fawcett James. **Psychology and Population**, New York : The Population Council, 1970.
- Feather, Norman. « Cigarette Smoking and Lung Cancer : A Study of Cognitive Dissonance. » **Australian Journal of Psychology**, Vol. 14, 1962.
- Festinger, Leon. **A Theory of Cognitive Dissonance**, Evanston, Illinois, Row Peterson, 1957
- Festinger, Leon, **Conflict and Dissonance**. Stanford Calif, Stanford University Press, 1964.
- Firth, Raymond. **Element of Social Organization**. London, Watts, 1956.
- Flowerman, Samuel. « The Use of Propaganda to Reduce Prejudice : A Refutation » **International Journal of Opinion and Attitude Research**. 111, 1949.
- Foley, Donald L. **Neighbors or Urbanites ?** Rochester, N.Y. University of Rochester, Studies of Metropolitan Rochester 2, 1952.
- Ford, Joseph. « The Primary Group in Mass Communication » **Sociology and Social Research**, XXXVIII, 1954.
- Foster, George. **Traditional Cultures and the Impact of Technological Change**. New York. Harper and Row, 1962.
- Foster, George. **Tzintruntzan, Mexican Peasant in a Changing World**. Boston, Little Brown, 1967.

- Freedman, Jonthan.** • Preference for Dissonant Information • **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol. 2, 1965.
- Freedman, Jonathan, and David Sears.** • Voters Preferences among Types of Information • **American Psychologist**, Vol. 18, 1963.
- Green, Lawrence.** **The Dacca Family Planning Experiment** Berkeley : University of California, School of Public Health, Pacific Health Education 3, 1972.
- Gusfield, Joseph.** • Tradition and Modernity : Misplaced Polarities in the Study of Social Change. • **The American Journal of Sociology**, Vol. 72, No. 4 (Jan. 1967).
- Hagen, Everett.** **On the Theory of Social Change : How Economic Growth Begins.** Homewood Ill. Dorsey Press, 1962.
- Harell, T.W. ; D. Brown and W. Schramm.** • Memory in Radio News Listening. • **Journal of Applied Psychology**, 33, 1949.
- Harik, Illiya.** • Opinion Leaders and Mass Media in Egypt : A Reconsideration of the Two-Step Flow of Communication Hypothesis •, New York. **The American Political Science Review**, Vol. 95. 1971.
- Harik, Illiya.** **Politics and Change in a Traditional Society. Lebanon 1711 — 1845.** Princeton : Princeton University Press, 1968.
- Harik, Illiya.** **Political Mobilization of Peasants.** Bloomington, Ind., Indiana University Press, 1974.
- Hausser, Philip** • The Chaotic Society : Product of the Social Morphological Revolution • **American Sociological Review**. Vol. 34, No. 1, Feb. 1969.
- Havelock, Ronald** : **Planning for Innovation**, Ann Arbor, Mich : The University of Michigan, ISR 1971.
- Hawley, Amos H. and Visid Prachuabmoh.** • Family Growth and Family Planning in Rural District of Thailand. : in Bernard Berelson (ed.). **Family Planning and Population Programs.** Chicago : University of Chicago Press, 1966.
- Holt, Robert and John Turner.** **The Methodology of Comparative Research.** New York : The Free Press, 1970.
- Hovland, Carl.** • The Effects of the Mass Media of Communication •

- in Gardner Lindzey (eds.) **Handbook of Social Psychology**. Boston : Addison Wesley, 1954.
- Hovland, Carl, Arthur Lumsdaine and Fred Sheffield. « The Effect of Presenting One Sided Versus Both Sides in Changing Opinion on a Controversial Subject. » in Willbur Schramm. **The Process and Effects of Mass Communication**. Urbana, University of Illinois Press, 1961.
- Hovland, Carl. **Experiments on Mass Communication**. Princeton University Press, 1949.
- Hovland, Carl, Irving Janis and Harold Kelly. **Communication and Persuasion**, New Haven, Conn. Yale University Press, 1970.
- Hovland, Carl and Wallace Mandel. « An Experimental Comparison of Conclusion - Drawing by the Communicator and by the Audience. » **Journal of Abnormal and Social Psychology**, Vol. 47, 1952.
- Hovland, Carl, and Walter Weiss. « The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness. » **Public Opinion Quarterly**, Vol. 15, 1951.
- Hyman, Herbert and Paul Sheatsley. « Some Reasons Why Information Campaigns Fail. » **Public Opinion Quarterly**, Vol. 11, 1947.
- Inayatullah, Attiya. « Toward a Non - Western Model of Development » in Daniel Lerner and Wilbur Schramm. **Communication and Change in Developing Countries**. Honolulu, The University Press of Hawaii, 1972.
- Innis, Harold. **The Bias of Communication**. Toronto : University of Toronto Press, 1951.
- Janis, Irving. « Effects of Fear Arousal on Attitude Change : Recent Development in Theory and Experimental Research. » in Thomas Beisecker and Donn Parson. **The Process of Social Influence**. New Jersey, Prentice Hall Inc. 1972.
- Jecker, Jon. « Selective Exposure to New Information » in Leon Festinger. **Conflict Decision and Dissonance**. Stanford, Calif., Stanford, Calif., Stanford University Press, 1964.
- Jourad, Sidney. **The Transparent Self**. New York : Van Nostrand, 1971.

- Kaplan, Abraham. **The Conduct of Inquiry : Methodology of Behavioral Sciences.** San Francisco, California, Chandler Publishing Co., 1964.
- Kaplan, Morton. **System and Process in International Politics** New York, John Wiley and Sons, 1957.
- Kallen, Horace. « Innovation » in Edwin Seligman and Alvin Johnson (ed.). **The Encyclopedia of Social Sciences.** New York : Macmillan, Vol. 4, 1937.
- Kar, Snehendu; Diane Demangone and Barbara Kar. **Communication Research in Family Planning.** Paris, UNESCO, No. 2, 1975.
- Kar, Snehendu. « Individual Aspiration as Related to Early and Late Acceptance of Contraceptives. » **The Journal of Social Psychology,** Vol. 83, 1971.
- Katz, Elihu. « The Social Itinerary of Technical Change : Two Studies on Diffusion of Innovation. » **Human Organization** Vol. 20, No. 2 1961.
- Katz, Elihu. « The Two-Step Flow of Communication : An Up-to-date Report on an Hypothesis. » **Public Opinion Quarterly,** 21, 1954.
- Katz, Elihu and Paul Lazarsfeld. **Personal Influence : The Part Played by People in the Flow of Mass Communication.** Glencoe, Ill. The Free Press, 1955.
- Kelman, Herbert and Carl Hovland « Reinstatement of the Communication in Delayed Measurement of Opinion Change. » **Journal of Abnormal and Social Psychology,** Vol. 48, 1953.
- Kerlinger, Fred. **Foundation of Behavioral Research.** Holt : Rinehart and Winston, 1964.
- Kiser, Charles*V. and P.K. Whelpton « Resume of Indianapolis Study of Social Psychology Factors Affecting Fertility » **Population Studies,** Vol. 7, No. 2, 1953
- Klapper, Joseph. « Mass Media and Persuasion » in Wilbur Schramm (ed.) **The Process and Effects of Mass Communication** University of Illinois Press, 1961.
- Klapper, Joseph. **The Effects of Mass Communication.** New York. The Free Press. 1960.

- Klapper, Joseph. « The Social Effects of Mass Communication » in Wilbur Schramm. **The Science of Human Communication**. New York, Basic Books, 1963.
- Koehler, J. Wolfgang. « The Effects on Audience Opinion of One-Sided and Two Sided Speeches Supporting and Opposing a Proposition. » in Thoms Beisecher and Donn Parson **The Process of Social Influence**. New Jersey, Prentice Hall Inc., 1972.
- Kroeber, Alfred Lewis. « Diffusionism » in Amital Etzioni, and Eva Etzioni, **Social Change**. New York, Basic Book Inc. (2nd ed.) 1973.
- Kroeber, Alfred Lewis. **Anthropology**. New York : Harcourt, 1948.
- Lasswell, Harold. « The Structure and Function of Communication in Society. » in Wilbur Schramm and Donald Roberts (eds.) **The Process and Effects of Mass Communication**. Urbana, University of Illinois Press, 1971.
- Lazarsfeld, Paul; Bernard Berelson and Hazel Gaudet. **The Peoples Choice**. New York : Columbia University Press, 1948.
- Lazarsfeld, Paul and Patricia Kendal. « The Communication Behavior of the Average American. » in Wilbur Schramm. **Mass Communication**, Urbana : University of Illinois Press, 1960.
- Lerner, Daniel. « International Cooperation and Communication in National Development » in Daniel Lerner and Willbur Schramm (ed.) **Communication and Change in the Developing Countries**. Honolulu, East-West Center Press, 1972.]
- Lerner, Daniel. **The Passing of Traditional Society : Modernizing the Middle East**. New York : Free Press, 1958.
- Lerner, Daniel. « Toward a Communication Theory of Modernization » in Lucien Pye. **Communication and Political Development**. Princeton : N.J. Princeton University Press, 1963.
- Lerner, Daniel and Wilbur Schramm **Communication and Change in the Developing Countries**. Honolulu. The University Press of Hawaii, 1972.
- Lewin, Kurt. « Forces Behind Food Habits and Methods of Change. » **Bulletin of the National Research Council**, No. 108, 1943.
- Lewin, Kurt, « Group Decision and Social Change » in Theodore New-

- comb and Eugene Hartley (ed.) **Readings in Social Psychology**. New York : Holt, Rinehart and Winston Inc. 1947.
- Lewin, Kurt, « Group Dynamic and Social Change » in Eleanor E. Maccoby **Readings in Social Psychology**, New York. Holt Rinehart and Winston Inc. 1957.
- Lewin, Kurt. « Channels of Group Life » **Human Relations**, Vol. 1, 1947.
- Lewis, Oscar « The Culture of Poverty » in John Te Paske and Sydney Nettleton Fisher (eds.) **Explosive Forces in Latin America**. Columbus, Ohio. The Ohio State University, 1964.
- Lindblom, Charles. **The Intelligence of Democracy : Decision Making Through Mutual Adjustment**. New York : The Free Press, 1965.
- Linton, Ralph. **The Study of Man**, New York, Appleton Century Crafts, 1936.
- Lipset, Seymour Martin. **Political Man : The Social Bases of Politics**. New York, Doubleday, 1960.
- Lipset, Seymour Martin ; Paul Lazarsfeld and Juan Linz « The Psychology of Voting. An Analysis of Political Behavior. » in Gardner Lindzey (ed.) **Handbook of Social Psychology**, Vol. 2, Cambridge, Mass. Addison Wesley, 1954.
- Lucas, Darell and S.H. Britt. **Advertising Psychology and Research**. New York, Mc Graw Hill, 1950.
- Maccoby, Nathan. « The New Scientific Rhetoric » in Wilbur Schramm. **The Science of Human Communication** New York, Basic Books, 1963.
- Maccoby, Eleanor « Why Do Children Watch T.V. ? **Public Opinion Quarterly**, XVIII, 1954.
- Mac Iver, R.M. **Social Causation** New York : Ginn and Company, 1942.
- Maclean, M. and B. Westley « A Conceptual Model for Communication Research. » **Journalism Quarterly**, 34, 1957.
- Meleika, Louis Kamel. **Leadership and Authority in the Arab Local Community**. UNESCO, ASFEC Occasional Paper IV, Sirs el Layan, A.R.E., 1966.
- Meleika, Louis Kamel and Salah Namek. **Peasants and Workers At-**

- titudes to Family Planning.** UNESCO, ASFEC Sirs el Layan. A.R.E. 1968.
- Mason, Robert G. « The Use of Information Sources in the Process of Adoption. » **Rural Sociology**, 20, 1964.
- Marx, Karl and Frederick Engels. **Manifesto of the Communist Party.** New York : International Publishers, 1932.
- Marx, Karl and Frederick Engels, **Selected Works.** Vol. I. New York : International Publisher, 1933.
- Mc Clelland, David. « Business Drive and National Achievement » **Harvard Business Review**, XL, 1962.
- Mc Clelland, David. « National Character and Economic Growth in Turkey and Iran. » in Lucien Pye (ed) **Communication and Political Development.** Princeton, N.J. Princeton University Press, 1963.
- Mc Clelland, David. « The Achieving Motive in Economic Growth » Bert Hoselitz and Wilbert E. Moore (eds.) **Industrialization and Society.** Paris, UNESCO, 1963.
- Mc Clelland, David. **The Achieving Society.** Princeton, N.J. Van Nostrand, 1961.
- Mc Guire, William. « Inducing Resistance to Persuasion: Some Contemporary Approaches. » in Leonard Berkowitz (eds.) **Advances in Experimental Social Psychology**, Vol. 1, New York, Academic Press, 1964.
- Mc Luhan, Marshall. **Understanding Media : The Extension of Man** New York. Mc Graw Hill, 1966.
- Mc Nelly, John, « Mass Communication and the Climate for Modernization in Latin America. » **Journal of International American Studies**, No. 8, 1966.
- Mendelson, Harold. « Listening to Radio » in Lewis Dexter and David White, **People, Society and Mass Communication**, The Free Press of Glencoe, N.Y. 1964.
- Menefee, Sheldon and Audrey Menefee. « An Experiment in Communication in Four Indian Villages ». **Indian Journal of Social Research** 6, 1963.

- Merton, Robert.** *Social Theory and Social Structure* New York The Free Press, 1957.
- Millikan, Max and D.L.M. Blackmer** *The Emerging Nations* Boston, Van Nostrand, 1961.
- Mills, Judson and Arnold Ross.** « Effects of Commitment and Certainty upon Interest in Supporting Information. » *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 68, 1964.
- Mills, Judson; Elliot Aronson and Hal Robinson.** « Selective Exposure to Information. » *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 59, 1959.
- Moore, Wibert** « Labour Attitudes towards Industrialization in Under-developed Countries. » *The American Economic Review*. XIV, No. 12, 1955.
- Myrdal, Gunnar.** *An American Dilemma*, New York, Harper and Brothers, 1944.
- Neurath, Paul M.** « Radio Farm Forum as a Tool of Change in an Indian Village. » *Economic Development and Cultural Change*. 10, 1963.
- Ogburn, William.** *Social Change*. New York, Viking Press, 1922
- Oppenheim, A.N.** *Questionnaire Design and Attitude Measurement*. New York. Basic Books Inc. 1966.
- Oshima, Harry.** « The Strategy of Selective Growth and the Role of Communication » in Daniel Lerner and Wilbur Schramm. *Communication and Change in Developing Countries*. Honolulu, The University Press of Hawaii, 1972.
- Owen, Wyn.** « Agrarian Reform and Economic Development : Special Reference to Egypt. » *Rocky Mountain Social Science Journal*, 1964.
- Palmore, James.** « Awareness Sources and Stages in the Adoption of Specific Contraceptives » *Demography*, Vol. 5, 2, 1968.
- Palmore, James.** « The Chicago Snowball : A Study of the flow of Influence and Diffusion of Family Planning Information » in

- Donald Bogue (ed.) **Sociological Contribution to Family Planning Research**. Chicago Illinois : Community and Family Planning Study Center, University of Chicago, 1967.
- Pareto, Vilfredo. **The Mind and Society : A Treatise on General Sociology**. New York, Dover Publication Inc. 1935.
- Park, Hyung Jong « Use and Relative Effectiveness of Various Channels of Communication in the Development of the Korean Family Planning Programme. » In ACAFE (eds.) **Reports of the Working Group on Communication Aspects of Family Planning Programmes, Selected Papers**. Bangkok : ACAFE Asian Population Studies Series 3, 1968.
- Park, Robert E. « Human Materials and the Marginal Man. » **American Journal of Sociology**, No. 33, 1928.
- Parsons, Talcott. « Some Considerations on the Theory of Social Change. » **Rural Sociology**, XXVI, No. 3, 1963
- Pool, Ethiel De Sola « Mass Media and Politics in the Modernizing Process. » Lucien Pye (eds.) **Communication and Political Development**. Princeton, N.J. Princeton University Press, 1963.
- Powdermaker, Hortense. **Copper Town : Changing Africa**. New York, Harper and Row, 1962.
- Pye, Lucien. (ed.) **Communication and Political Development**. Princeton, N.J. Princeton University Press, 1963.
- Pye, Lucien « Communication, Institution Building and the Reach of Authority » in Daniel Lerner and Wilbur Schramm. **Communication and Change in Developing Countries**. Honolulu, The University Press of Hawai, 1972.
- Rahim, S.A. **Diffusion and Adoption of Agriculture Practice : A Study of Patterns of Communication Diffusion and Adoption of Improved Agricultural Practice in a Village in East Pakistan**. Comilla. Pakistan. Academy of Village Development, 1961.
- Raina, B.L. et al. « India : A Study in Family Planning Communication : Meerut District ». **Studies in Family Planning**. No. 1 (21), 1967.
- Rainwater, Lee. **And the Poor Get Children**, Chicago : Quadrangle Books, 1960.

- Rainwater, Lee, The Role of Information in Economic and Social Change : Report of Field Study in Two Indian Villages.** Minneapolis : University of Minnesota Press, 1966.
- Rao, Lakshamana, The Role of Information in Economic and Social Change,** Minneapolis, University of Minnesota Press, 1966.
- Redfield, Robert, Rebirth of Peasant Society and Culture** Chicago : University of Chicago Press, 1956.
- Reisman, David. Faces in the Crowd : Individual Studies in Character and Politics.** New Haven Conn : Yale University Press, 1952.
- Reisman, David. « Introduction » in Daniel Lerner. The Passing of Traditional Society.** New York : The Free Press 1958.
- Reisman, David et al. The Lonely Crowd.** New York : Doubleday and Company, 1953.
- Rifaat, Habib. Three Village Projects, A.R.E. Sirs el Layan, Cairo, ASFEC Occasional Papers III, 1965.**
- Riley, Matilda White and John Riley. « A Sociological Approach to Communication Research » Public Opinion Quarterly. XIV, 1951.**
- Roberts, Beryl ; et a. « An Experimental Study of Two Approaches to Communication. » American Journal of Public Health, Vol. 53, No. 9, September 1963.**
- Rogers, Everett. Communication Strategies for Family Planning.** New York, The Free Press, 1973.
- Rogers, Everett. Diffusion of Innovation,** New York : The Free Press of Glencoe, 1962.
- Rogers, Everett, and Lynne Svenning. Modernization Among Peasants.** New York : Holt, Rinehart and Winston Inc., 1969.
- Rogers, Everett and George Beal, « The Importance of Personal Influence in the Adoption of Technical Change » Social Forces : 36, 1958.**
- Rogers, Everett and Floyd Shoemaker, Communication of Innovation - A Cross Cultural Approach.** New York Free Press, 1971.
- Rogers, Everett and R.L. Pitzer. « The Adoption of Irrigation by Ohio**

- Farmers, » Wooster : **Ohio Agricultural Exp. Sta. Research Bulletin** 851, 1960.
- Rokeach, Milton. **Beliefs, Attitudes and Values** : San Francisco : Jossey Bass, 1968.
- Rosen, Sidney » Post Decision Affinity for Incompatible Information » **Journal of Abnormal and Social Psychology**, Vol. 63, 1961.
- Rostow, Walt. » The Take-off into Self Sustained Growth » **The Economic Journal** LXII, No. 261, 1956.
- Roy, Prodipto; Frederick Wiasanen and Everette Rogers. **The Impact of Communication on Rural Development**. Hyderabad, India : National Institute of Community Development, UNES-
CO, 1969.
- Ryan, Bryce and Neal Gross : » The diffusion of Hydrid Seeds in Two Iowa Communities ». **Rural Sociology**. Vol. 8 (March 1943).
- Ryder, N.B. and C.F. Westoff. **Reproduction in the United States**, 1965. Princeton, N.J. : Princeton University Press, 1971.
- Shahin, Teoder. » The Peasantry as a Political Factor ». **Sociological Review**, 14, 1966.
- Schneider, Louis and Svenne Lysgaard. » The Deverred Gratification Pattern : A Preliminary Study. » **American Sociological Review**, No. 18, 1953.
- Schramm, Wilbur. **Annotated Bibliography of the Research on Programmed Instruction**. Washington, D.C. U.S. Office of Education, 1964.
- Schramm, Wilbur. » Communication Development and the Development Process » in Lucien Pye. **Communication and Political Development**. Princeton, N.J. Princeton University Press, 1963.
- Schramm, Wilbur, » Communication and Change » in Daniel Lerner and Wilbur Schramm. **Communication and Change in the Developing Countries**. Honolulu, The University Press of Hawaii, 1972.
- Schramm, Wilbur. **Mass Communication**. Urbana, University of Illinois Press, 1959.
- Schramm, Wilbur » Mass Communication » in George Miller (ed.) **Psy-**

- chology and Communication.** Princeton New Jersey, Voice of America Forum Series, 1974.
- Schramm, Wilbur. **Mass Media and National Development.** California, Stanford University Press, 1964.
- Schramm, Wilbur. **Men, Messages and Media.** New York : Harper and Row Publishers, 1973.
- Schramm, Wilbur, « **The Newer Educational Media in the United States in New Methods and Techniques in Education.** » Paris, UNESCO, 1962.
- Schramm, Wilbur « **What we know about Learning from Instructional Television** » in **Educational Television: The Next Ten Years.** Stanford, Calif., Institute for Communication Research, 1962.
- Schramm, Wilbur and Donald Roberts. **The Process and Effects of Mass Communication.** Urbana. University of Illinois Press, 1971.
- Sears, David. « **Biased Indoctrination and Selectivity of Exposure to New Information** » **Sociometry.** Vol. 28, 1965.
- Sears, David, and Jonathan Freedman. « **Selective Exposure to Information : A Critical Review** ». in Beisecker, Thomas and Donn Parsons. **The Process of Social Influence,** New Jersey : Prentice Hall Inc., 1972.
- Sears, David, « **The Effects of Expected Familiarity with Arguments upon Changes and Selective Exposure.** » **Journal of Personality and Social Psychology,** Vol. 2, 1965.
- Shanon, Claude and Warren Weaver. **The Mathematical Theory of Communication,** Urbana University of Illinois Press, 1949.
- Simon, Julian. **Basic Research Methods in Social Science : The Art of Empirical Investigation.** New York : Random House, 1969.
- Simons, John. « **The Contest and Evolution of Tunisian Agriculture Cooperatives** ». **The Middle East Journal,** 24, 1970.
- Slonin, Morris James. **Sampling.** New York : Simon and Schuster, 1960.
- Smelser, Neil « **Mechanism of Change and Adjustment of Changes** » in Wilbert Moore and Bert Hoselitz (eds.) **The Impact of Industry.** Paris. International Social Science Community, 1975.

- Spencer, Herbert.** *Sociology*, New York : Appleton and Co. Vol. 1, 1892.
- Spengler, Oswald** *The Decline of the West*, New York : Alfred A. Knopf Inc. 1926.
- Stewart, Julian** « Culture Evolution » *Scientific American* CXCIV No. 5, 1965.
- Stycos, Mayone and Kurt Black,** *The Control of Human Fertility in Jamaica, Itasca*, New York : Cornell University Press, 1964.
- Supreme Council for Population and Family Planning, Family Planning in the National Organizations**, Cairo, 1973.
- Tarroni, Evelina** « A Programme on the Struggle against Illiteracy » *Television and Adult Education*, 6, 1962.
- Thistlethwaite, Donald; Henry De Haan, and Joseph Kamenetsky** « The Effects of Directive and Non directive Communication Procedures and Attitudes » *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 51, 1955.
- Thomas, W.I. and Florian Zaniccki.** *The Polish Peasant in Europe and America.* Chicago : University of Chicago Press, 1918.
- Tietze, Christopher (ed.)** *Bibliography of Fertility Control : 1950 — 1965.* New York : National Committee Maternal Health, 1965.
- UNESCO. Bridging the Gap.** Reports and Papers on Mass Communication. Delhi, 1968.
- United Nations Statistical Yearbook**, 1970 New York : United Nations 22nd Issue, 1971.
- Walker, Helen and Joseph Lew,** *Statistical Inference*, New York : Holt, Rinehart and Winston, 1953.
- Walster, Elaine and Leon Festinger.** « The effectiveness of Overheard Persuasive Communications » *Journal of Abnormal and Social Psychology.* Vol. 65, 1962.
- Waples, Douglas; Bernard Berelson and Franklin Bradshaw.** *What Reading Does to People.* Chicago : University of Chicago Press, 1940.
- Weber, Max.** « *The Theory of Social and Economic Organization.* Translated by Talcott Parsons, New York : Oxford University Press, 1947.

- Weiss, Walter. « The Effect of Induced Aggressiveness on Opinion Change. » *Journal of Abnormal and Social Psychology*. Vol. 52, 1965.
- Westoff, Charles; Potter Robert and Sagi Philip. *Family Growth in Metropolitan America*. Princeton, N.J. : Princeton University Press, 1961.
- White, David. *The Gatekeeper : A Case Study in the Selection of News » in Lewis Dexter and David White (eds.) People. Society and Mass Communication*, London : The Free Press of Glencoe, 1964.
- Wilkening, Eugene « Roles of Communicating Agents in Technological Change in Agriculture » *Social Forces* 34, 1956.
- Wolf, Eric « Types of Latin American Peasantry : A Preliminary Discussion » *American Anthropologist* 57, 1955.
- Wright, Charles. *Mass Communication : A Sociological Perspective*, New York : Random House, 1959.
- Zein, Zeni. *Arab Turkish Relations and Emergence of Arab Nationalism*. Beirut : Khayat's 1958.

ج - البحوث غير المنشورة :

- Balakrishnan, T.R. and Ravi J. Mathai. « Evaluation of Family Planning Publicity Program in India: Indian Institute of Management (mimeo report) 1966.
- Beltran, Luis Ramiro, « La Problemática de la Comunicación para el Desarrollo Rural en América Latina » paper presented at the Inter-American Association of Librarians and Agricultural Information Specialists, Buenos Aires, 1972.
- Cassirer, Henry « Radio and Television in the Service of Information and Education in Developing Countries » paper presented for World Radio Handbook, 1963.
- Douglas, Waples and Bernard, Berelson. « Public Communication and Public Opinion » in Robert Leigh, *The Conceptual Framework of Public Communication*, (mimeo report) New York 1954.

- Inkeles, Alex.** « Becoming Modern » paper presented at Michigan State University, 1967.
- Keddie Nikki.** « The Impact of the West on Iranian Social History ». Ph. D. Dissertation, University of California at Berkeley, 1955.
- Publisi, Maria Grazia,** « The contribution of Italian Television to the Campaign to Eradicate Illiteracy through T. V. Broadcast, It's Never too Late » paper presented to UNESCO Experts Meeting on. New Methods and Techniques in Education, Paris 1962.
- Wilder, Frank** « Getting More out of the Mass Media : A Modern Guide for Modern Family Planning Programs. » Paper presented at the Conference on Family Planning and National Development at, Bandung, Indonesia, 1959.
- Wright, Peter** « The Impact of a Literacy Program in a Guatemala Landino Peasant Community ». University of South Florida, College of Education (mimeo report) 1967.

د - مراجع إضافية (طبعة ثالثة) :

* مراجع عربية إضافية :

* محمد عريدة ، العيادة في قرية مصرية ، دراسة ميدانية في إحدى قرى محافظة المنوفية ، رسالة الماجستير ، كلية الآداب ، جامعة عين شمس ١٩٦٦ .

* عماد مختار الشافعي ، دراسة تحليلية لبعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لقادة الرأي المحليين في الريف ، رسالة ماجستير كلية الزراعة ، جامعة القاهرة . ١٩٧٣ .

* سمير محمد حسين ، بحوث الاعلام ، الاسس والمبادئ ، القاهرة دار الشعب ١٩٧٦ .

* هيئة الأمم المتحدة - برنامج عمل المؤتمر الدولي للسكان والتنمية ، ١٣ - ١٩٩٤ ، القاهرة ١٩٩٤ .

★ مراجع أجنبية إضافية :

Atkins , C " Instrumental Utilities and Information Seeking "in
Peter clark (ed) **New Models of Communica-**
tion, Beverly Hills : 1973.

Bauer , K.A., " The Obstinate Audience" . in Schramm and Rob-
erts. 1971 op. cit.

Benaissa , M " The Media and Food Production", **Inter Media**,
March 1975 .

Blumber, I. G and E. Katy . **The Uses of Mass Communica-**
tion, Beverly Hills Sage, 1974.

Combs, M. E. and D. H . Shaw , " The Agenda Setting Function
of The Press" in D. H. Shaw and M. E. Comb's (ed.)
The Emergence of the American political Is-
sues, St. Paul, Minn ., 1977.

Davison, Philip , James Boylan and Frederick Y,u, **Mass Me-**
dia Systems and Effects, New York : Praeger
Publishers, Inc. 1976.

Davis, Sanders, and others, "Opinion Leadership and Family
Planning " University of Florida , Department of Soci-
ology, paper prepared for the Annual Meeting of the
Population Association of America , New Orleans,
1973 .

Folsom , M. B. " Today's Health Needs and Tomorrow's Services" American Journal of Public Health , No 53, 1963 .

Gerbner , G. and L. Gross, " The Scary World of T.V. Heavy Viewing " , P'sychology Today 11, 1976.

Gillespie , Robert and Mehdi Loghmani The Esphahan Communication Projects , Iran : Asphahan Health Department . 1972 .

Hochbaum , Gadfrey , Public Participation in Media Screening Programs : A Sociological Study Washington D.C. : Public Health Service , 1958 .

Hill, Rueben and Others , Needed Social Science Research in Family Planning, New Delhi , Ford Foundation, Himeo Report.

Khan, Akter Hameed and Harvey Choldin, A Commercial System for introducing Family Planning in Comilla . Pakistan in Wilbur Schramm and Lerner, 1978 . op. cit.

Lui , William T., and Robert Duff " The Structural Effect and Communication Flow in the Pre - industrial City " Unpublished paper , Indiana : University of Notre - Dame, 1971.

Parker Mauldin and Robert Lapham , " National Family Planning Programs : Review and Evaluation " Studies in Family Planning., 1971.

Parker, Edwin and Ali Mohammadi , " National Development Support Communication " in Majid Teheranian et al, (ed) 1977.

Pachard , Vance , The Hidden Persuaders , New York : Pochet books , 1964 .

Platt , John and Tames Miller , Handling Information Overload Ekistics , No. 28 , 1969.

Pool, Ithiel De Sola " Communication Needs For Rural Development " Unpublished proposal For the M.I.T. / Cairo University Research Project , 1978.

Pool , Ithiel De Sola "The governance of Mass Communication " in Majid Teheranian et al, (ed) Communication Policy For National Development , Routledge and Kegan Paul , 1977,

Price , Derek De Sola , Little Science , Big Science , New York : Columbia University Press, 1963.

Maslow, Abraham, Motivation and Personality , New York: Harper and Row, 1954.

- M.I.T. / Cairo University , " Technological Planning Programme .
Annotated Bibliograph " Communication Needs For
Rural Development Research Project , Report No 5.
- Neelamenghan , A, and J. Tacotihan, **Egypt's National Information Policy** , paris : Unesco 1987.
- Nas Cimento, " Using Communication to Support Development .
The Guyan Experience " in I.L.C. Issues in Communication , No 1, London : I . I . C. 1977 .
- Noelle - Neumann , Elizabeth , " Return of the Concept of Powerful Mass Media Studies of Broadcasting , 1973.
- Noelle - Neumann , Elizabeth, **The Spiral of Silence** . Chicago : University of Chicago Press , 1983.
- Oskamp, S. **Attitudes and Opinions** Englewood Cliffs , N.J., Prentice - Hall , 1977.
- Rachty, Gehan , " the Role of Modern Communication Technology in rural Development" Unpublished Research for the MPT / CAIRO Univ. research project 1978.
- Radel David , " Communication Research and Communicating Research " paper presented at the **Conference on Major Issues in World Communication**, Honolulu . East - West center 1972

Talaat , Shahinaz , the Flow of Communication in an Egyptian Village . M. A. Thesis, American Univ. in Cairo.

UNESCO , " Communication Problems in Modern Society " Paris : Internal Commission for the Study of Communication Problems , Sep . 1978 .

Westley, B. H. " Review of the American Political Issues " , Journalism Quaterly 55, 1978 .

World Bank, World Development Report 1994 , Oxford University Press, N. Y. : 1994.

فهرس الموضوعات المحتويات

الصفحة	الموضوع
٥	آية قرآنية
٧	إهداء
٩	مقدمة الطبعة الثالثة
٢١	مقدمة الطبعة الثانية
٣١	مقدمة الطبعة الأولى

الباب الأول

الدراسات النظرية

٤٥	شهاد :
٤٧	الفصل الأول : طبيعة الاتصال الإنساني
٤٨	* تعريف الاتصال
٥٠	* عملية الاتصال
٥١	* العناصر الرئيسية في عملية الاتصال
٥٢	* المصدر
٥٦	* الرسالة
٥٩	* الوسيلة
٧٠	* خصائص المستقبل
٧١	* التأثيرات

الصفحة	الموضوع
٧٦	* رجع العدى
٧٨	* مشاكل الاتصال
٧٨	* التشويش
٨٠	* اختلاف الطبقة الاجتماعية
٨٣	الفصل الثانى : قيادة الراى فى الريف المصرى
٨٣	* تطوير مفهوم قادة الراى
٩٠	* أبحاث عن الريف المصرى
٩٧	الفصل الثالث : التأثير فى نظريات الاتصال
٩٨	* نموذج الاعلام القوى
١٠٠	* نموذج التأثيرات المحدودة
١٠٢	* نظرية الخلاف الاسراكى
١٠٣	* نموذج التأثيرات المعتلة
١٠٨	* نموذج التأثير القوى
١١٢	الفصل الرابع : التفسير الاجتماعى
١١٣	* مصادر التفسير وأنماطها
١١٣	* النظريات الكلاسيكية
١١٥	* النظريات الحديثة
١١٧	* المجتمع المصرى
١٢١	* عمليات التفسير
١٢٤	* المبادرة البشرية فى التفسير الاجتماعى
١٢٦	* أنواع التفسير الاجتماعى

١٢٧ * الاتصال والتغيير الاجتماعى

١٢٨ * التغيير فى النظامين الاجتماعى والفردى

١٢٩ * التنمية : تغيير النظام الاجتماعى

١٣١ * المصرية : التغيير الاجتماعى الفردى

١٣٥ **الفصل الخامس : دور وسائل الاعلام فى التنمية الاجتماعية**

١٣٦ * وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية

(بعض الأهداف والمهام التى تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيرية

١٤٠ فى المجتمع

١٥٣ **الفصل السادس : التنمية الريفية**

١٥٣ * علاقة المدن بالريف

١٦١ * متغيرات التنمية

١٧٣ * معوقات التنمية

١٧٧ **الفصل السابع : البحوث وميكانيكية أدائها**

١٧٧ * المعلومات للقرار

١٧٩ * عرض لبحوث الاتصال عن التنمية الريفية فى مصر

١٨٦ * أهمية البحوث فى رسم السياسة الاعلامية

١٨٩ * نظام للبحوث والاستفادة من نتائجها

٢٠٦ * اساسيات فى تطبيق نظام للبحوث

الباب الثاني

الدراسة الميدانية

٢١٣	تجهيد
٢١٥	الفصل الثامن: معلومات عن قها والمنهج
٢١٧	• التعرف على قها
٢١٨	• الخدمات والأنشطة
٢٢٠	• النشاط الاقتصادي
٢٢٤	• وسائل الاتصال (في قها)
٢٢٧	• منهج الدراسة الميدانية
٢٣٣	• سحب العينة
٢٣٤	• الإجراءات الميدانية
٢٣٧	• صحيفة الاستبيان
٢٣٩	• خصائص أفراد العينة
٢٤٤	الفصل التاسع: التعرف لوسائل الاعلام
٢٤٩	• آراء حول دور وسائل الاعلام
٢٤٩	• وسائل الاتصال الالكترونية
٢٥١	• بيانات الدراسة الميدانية
٢٥٢	الفصل العاشر: وسائل الاعلام كرادار اجتماعي
٢٩٩	• وسائل الاعلام ومعرفة القضايا الاجتماعية
٣٠١	• وسائل الاعلام وتركيز الانتباه
٣٠٦	• وسائل الاعلام وزيادة الطموح
٣١٣	الفصل الحادي عشر: دور وسائل الاعلام في عملية اتخاذ القرار
٣٢١	• الأفكار المستحدثة
٣٢١	• خصائص الأفكار المستحدثة
٣٢٢	

٣٢٤	• قنوات الاتصال
٣٢٦	• وظائف الاتصال لنشر الأفكار المستحدثة.
٣٢٩	• عملية إتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة
٣٣٠	• دور الاتصال في مشكلة التضييق السكاني
٣٣٤	• المشكلة السكانية في مصر
٣٣٩	• تطور استخدام اصطلاح تنظيم الأسرة
٣٤١	• نتائج بعض الابحاث من دور الاتصال في حلول المشكلة
٣٤٥	• الاتصال المحطور
٣٥٥	• نموذج هوشبيوم
٣٥٩	• دور وسائل الاعلام في حملة تنظيم الأسرة
٣٧٥	• مصادر التأثير على تبني تنظيم الأسرة
٣٨٣	الفصل الثاني عشر: وسائل الاعلام في ممارستها لدور المعلم
٣٨٨	• دور وسائل الاعلام في محو الأمية
٣٩٥	• مصادر المعرفة في برنامج محو الأمية
٤٠١	• مصادر التأثير لتتبع البرامج الاعلامية لمحو الأمية
٤٠٧	• المحاضرة والتوصيات
٤٢١	• الملاحق
٤٢٧	• المراجع
٤٥٥	• فهرس الموضوعات
٤٦١	• فهرس الجداول التحليلية
٤٦٥	• فهرس الأشكال التوضيحية

فهرس الجداول التحليلية المحتويات

الموضوع	<hr style="width: 100%; border: 0.5px solid black;"/>	الصفحة
(١) خصائص أفراد العينة - الجنس	_____	٢٤٥
(٢) " " " - السن	_____	٢٤٥
(٣) " " " - المهنة	_____	٢٤٦
(٤) " " " - الحالة التطعيمية	_____	٢٤٧
(٥) " " " - الدخل الشهري	_____	٢٤٨
(٦) مدى الاستماع إلى الراديو مقارنة باللكية	_____	٢٥٣
(٧) مدى التعرض للتلفزيون مقارنة باللكية	_____	٢٥٥
(٨) مدى الاستماع إلى الراديو مقارنة بالمهنة	_____	٢٥٦
(٨ب) مدى التعرض إلى التلفزيون مقارنا بالمهنة	_____	٢٥٧
(٩) مدى الاستماع إلى الراديو ومستوى الدخل	_____	٢٥٩
(٩ب) مدى التعرض إلى التلفزيون ومستوى الدخل	_____	٣١٠
(١٠) مدى الاستماع إلى الراديو والقراءة والكتابة	_____	٣١١
(١٠ب) مدى التعرض للتلفزيون مقارنة بمعرفة والقراءة والكتابة	_____	٣١٢
(١١) مدى الاستماع إلى الراديو مقارن بالسن	_____	٣١٣
(١١ب) مدى التعرض إلى التلفزيون مقارنة بالسن	_____	٣١٥
(١٢) مدى الاستماع إلى الراديو مقارنة بالجنس	_____	٣١٦
(١٢ب) مدى التعرض إلى التلفزيون مقارنة بالجنس	_____	٣١٧
(١٣) مدى التعرض للصحف مقارنة بطريقة التعرض	_____	٣١٩
(١٤) مدى التعرض للصحف مقارنة باللكية	_____	٣٧١

الموضوع	الصفحة
(١٥) مدى التعرض الصحف مقارنة بالمهنة	٢٧٢
(١٦) مدى التعرض الصحف مقارنة بالدخل	٢٧٧
(١٧) مدى التعرض الصحف مقارنة بالقراءة والكتابة	٢٧٤
(١٨) مدى التعرض الصحف مقارنة بالسن	٢٧٥
(١٩) مدى التعرض الصحف مقارنة بالجنس	٢٧٦
(٢٠) أفضليات الأبواب والبرامج الإعلامية	٢٨١
(٢١) أسباب أفضليات الأبواب والبرامج الإعلامية	٢٨٢
(٢٢) التعلم من وسائل الإعلام	٢٨٣
(٢٣) وسائل الإعلام وإرضاء رغبات الجمهور	٢٨٤
(٢٤) تأثير وسائل الإعلام على جمهورها	٢٨٦
(٢٥) المناقشات الشخصية لبرامج وسائل الإعلام	٢٨٨
(٢٦) الملكية مقارنة بالاستماع الجماعي للراديو	٢٩٠
(٢٦ب) الملكية مقارنة بالتعرض الجماعي للتلفزيون	٢٩١
(٢٧) الاستماع الجماعي إلى الراديو مقارنة بماكن الاستماع	٢٩٢
(٢٧ب) التعرض الجماعي إلى التلفزيون مقارنة بماكن التعرض	٢٩٣
(٢٨) أماكن قراءة الصحف مقارنة بطريقة القراءة	٢٩٥
(٢٩) أماكن القراءة للصحف مقارنة بملكية الصحف	٢٩٦
(٣٠) معرفة القضايا المحلية	٣٠٥
(٣١) معرفة القضايا القومية	٣٠٦
(٣٢) مصادر المعرفة بشأن إعادة فتح قناة السويس	٣٠٨
(٣٣) مصادر المعرفة بشأن شهادات الاستثمار	٣٠٩
(٣٤) الهدف من إعادة فتح قناة السويس	٣١٢

- (٢٥) الهدف من شهادات الامتثام ٢١٢
- (٢٦) الطموح الشخصي والقومي بشأن تأثر الفرد المعادي بفوائد إعادة فتح القناة ٢١٤
- (٢٧) ألوان الطموح الشخصي ٢١٥
- (٢٨) ألوان الطموح لدى الآباء تجاه أولادهم ٢١٦
- (٢٩) عند الأبناء للتحقق بالمدارس ٢١٧
- (٤٠) عند الأبناء الحاصلين على شهادات علمية ٢١٨
- (٤١) عند الأولاد مقارناً بالمهنة ٢٥٨
- (٤٢) عند الأولاد مقارناً بالتعليم ٢٥٩
- (٤٣) مصادر المعرفة بتنظيم الأسرة ٣٦١
- (٤٤) أماكن المناقشات حول تنظيم الأسرة ٣٦٢
- (٤٥) الاتجاهات نحو تنظيم الأسرة مقارناً بالمهنة ٣٦٤
- (٤٦) الاتجاهات نحو تنظيم الأسرة مقارناً بمعرفة القراءة والكتابة ٣٦٧
- (٤٧) القرارات بتبني تنظيم الأسرة ٣٧١
- (٤٨) مدة تبني تنظيم الأسرة ٣٧٣
- (٤٩) مصادر التأثير على تبني تنظيم الأسرة ٣٧٩
- (٥٠) مصادر الإدراك لبرامج محو الأمية ٣٩٦
- (٥١) تتبع البرامج الإعلامية لمحو الأمية ٣٩٩
- (٥٢) تتبع البرامج الإعلامية لمحو الأمية مقارناً بالمهنة ٤٠٠
- (٥٣) مصادر التأثير في تتبع برامج محو الأمية ٤٠٢
- (٥٤) مدة تعلم القراءة والكتابة ٤٠٤

فهرس الاشكال التوضيحية المحتويات

رقم الشكل	الصفحة
١ (أ) التحول إلى الحرية وزيادة التنمية	١٠
١ (ب) البحث عن التنمية الريفية عملية مستمرة	١٨
٢- عملية البحث لزيادة معدلات التنمية الريفية ومسانمتها	
السياسيات والمستفيدين .	١٩
٣- العناصر الرئيسية في عملية الاتصال	٥٢
٤- عناصر الإتصال الجماهيري	٧٧
٥- التشويش في عملية الإتصال	٧٨
٦- زيادة السكان وعدم كفاية الموارد	٩٠
٧- أهم النماذج من تأثير الاتصال الجماهيري على الجمهور	
المطلق خلال الخمسين سنة الأخيرة .	٩٩
٨- نظام البحث والاستفادة من نتائجها	١٩٥
٩- عمليات نظام البحث والاستفادة من نتائجها والعمليات	
الانتاجية في مصنع للسيارات .	١٩٨

Bibliotheca Alexandrina



0489822